

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI

Margareta Rihtarić

**Strateški plan unapređenja usluga u narodnoj knjižnici na
primjeru
Knjižnice i čitaonice Gračac**

Diplomski rad

Mentorica: dr. sc. Ana Barbarić, izv. prof.

Zagreb, 2016.

Sadržaj

1. Uvod	4
2. Uloga nerodne knjižnice.....	5
2.1. Zadaće i poslovanje	8
3. Marketing i menadžment.....	10
3.1. Odnosi s javnošću.....	13
3.2. Novi mediji u odnosima s korisnicima.....	15
3.3. Knjižnica i FaceBook	17
3.4. Benchmarking	19
4. Organizacija rada i upravljanje vremenom	20
4.1. Organizacija i učinkovito poslovanje institucije	21
4.2. Podjela rada	23
4.3. Radna mjesta	24
5. Komunikacija	25
5.1. Poslovna komunikacija	26
5.2. Komunikacija s korisnicima.....	27
6. Primjeri dobre prakse	28
6.1. Iskustva njemačkih knjižnica	29
6.2. Iskustva hrvatskih knjižnica	29
7. Unapređenje usluga	32
7.1. Programi poticanja čitanja.....	33
7.2. Informacijska pismenost	34
7.3. Obrazovanje korisnika.....	35
8. Knjižnica i čitaonica Gračac.....	36
8.1. Projekt studenata bibliotekarstva	39
8.2. Smjernice za buduće projekte	40
Zaključak	44
Prilozi	46
Literatura	50

Sažetak

Narodna knjižnica služi svim populacijama korisnika, svih uzrasta, stupnjeva obrazovanja i interesa, te s tim nastoji zadovoljiti njihove raznolike informacijske, kulturne, rekreacijske i obrazovne potrebe. Stoga *IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice* definira narodnu knjižnicu kao lokalno informacijsko središte. Svojim korisnicima omogućuje neposredan pristup svim vrstama znanja i obavijesti. Samim time potvrdila se činjenica za potrebama unapređenja knjižnica s novim tehnologijama i uslugama za korisnike. Tema ovog rada jest *Strateški plan unapređenja usluga u narodnoj knjižnici na primjeru Knjižnice i čitaonice Gračac*, te koja je njena uloga i važnosti za lokalnu zajednicu koja je jedino kulturno središte mjesta. U teorijskom dijelu rada će se kroz iscrpan pregled literature razmatrati upravljanje narodnih knjižnica kroz marketing i menadžment, uz primjere dobre prakse, te ponuditi rješenja za unapređenje usluga prema potrebama korisnika. Definirat će se postojeće, stvarno stanje Knjižnice i čitaonice Gračac, te utvrditi prednosti i nedostaci postojećih usluga knjižnice. Nastojat će se utvrditi nužne organizacijske, komunikacijske pretpostavke za njeno poboljšanje, kako bismo zaintrigirali korisnike za korištenje knjižnice i time ispunili njihova očekivanja. Trebamo ponuditi što raznovrsnije i bogatije sadržaje, vodeći računa o kvaliteti i stručnosti knjižničnih službi, usluga i aktivnosti. Važna je i suradnja knjižnice s ostalim ustanovama u zajednici, kao što je suradnjom na projektima, međusobnim razmjenama zamisli i iskustava, obrazovnim programima ili raznovrsnim aktivnostima namijenjenih svima bez obzira na dob, spol, rasu, vjeroispovijest, stupanj obrazovanja i sl.

Ključne riječi: narodna knjižnica, kulturna ustanova, marketing u knjižnici, menadžment u knjižnici

1. Uvod

Narodne knjižnice prisutne su svugdje u svijetu. Javljaju se u raznim tipovima društava, raznolikim kulturama i na različitim razvojnim stupnjevima. Stoga „*narodna knjižnica je organizacija koju osniva, podržava i financira određena zajednica putem lokalne, regionalne ili nacionalne vlasti ili putem nekog drugog oblika organizacije.*”¹ Ona jest za zajednicu najvažnije mjesto pristupa znanju, informacijama, tj. ona je kulturno središte, mjesto susreta za građane svih dobnih i socijalnih struktura. Također je značajna za podizanje praga informacijske pismenosti i promicanja i poučavanja čitanja i cjeloživotnog učenja. *IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice*² definira narodnu knjižnicu kao lokalni prilaz znanju koji osigurava osnovne uvijete za cjeloživotno učenje, neovisno odlučivanje i kulturni razvitak pojedinca i društvenih skupina. Prema tome ona je na raspolaganju svim članovima zajednice bez obzira na njihovu rasu, nacionalnost, dob, spol, religiju, jezik, invaliditet, ekonomski i radni status, te obrazovanje.

Stoga svrha ovog rada jest razmotriti mogućnosti kako i na koji način unaprijediti malu lokalnu knjižnicu, te predložiti strateški plan unapređenja lokalne knjižnice na primjeru Knjižnice i čitaonice Gračac. Uloga knjižnice i njena važnost za lokalnu zajednicu je velika, jer ona je jedino kulturno mjesto mjesta. U teorijskom dijelu rada ću kroz iscrpan pregled literature razmotriti upravljanje narodnih knjižnica kroz marketing i menadžment, uz primjere dobre prakse, te ponuditi rješenja za unapređenje usluga prema potrebama korisnika i budućih korisnika knjižnice. Definirati ću postojeće, odnosno stvarno stanje Knjižnice i čitaonice Gračac, te utvrditi prednost i nedostatke postojećih usluga knjižnice. Nastojat ću utvrditi nužne organizacijske, komunikacijske pretpostavke za njeno poboljšanje kako bi ona postala kulturno središte mjesta.

¹ Ciceran, I. Gradska knjižnica – dnevni boravak grada. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), str 172. Dostupno i na URL: <http://www.hkdrustvo.hr/vbh/broj/102> (29.01.2016.)

² IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice. // IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 105-107.

2. Uloga nerodne knjižnice

Narodne knjižnice javljaju se u različitim tipovima društava, raznolikim kulturama i na različitim razvojnim stupnjevima. Sastavnice su kulturne povijesti svakog mjesta. Istodobno su ovisne i neovisne o politici lokalne i nacionalne zajednice u kojoj djeluju. Neprekidno se bore kako bi opravdale svoje postojanje, te u njih uložena sredstva. Često djeluju i u neodgovarajućim radnim prostorima i s nedovoljno stručno obrazovanih djelatnika. Stoga imaju različite uloge i izazove prema tim okolnostima u kojima knjižnica djeluje dajući pozitivan utjecaj na svoje okruženje i društvo u cjelini.³ Važnost narodnih knjižnica kako za razvoj i poboljšanje života zajednice ima i onu drugu ulogu, a to je uloga u svakodnevnom životu pojedinca. Dakle, kulturna uloga knjižnica i provođenje slobodnog vremena podrazumijeva posudbu knjiga i druge neknjižne građe kao i promidžbu čitanja. No, ne samo da se korisniku pruži knjiga ili informacija nego da i djelatnost knjižnice bude doprinos svakovrsnoj, osobito računalnoj i digitalnoj pismenosti, obrazovanju pojedinca, potpora intelektualnoj slobodi i slobodi pristupa informacijama.⁴ Stoga možemo reći da su narodne knjižnice postale društvene ustanove gdje društvo, tj. zajednica promiču svoju politiku prema različitim skupinama stanovništva⁵, te se od narodne knjižnice i očekuje da se pobrine za svaku od tih skupina.⁶ No kako samo na samom početku naglasili da knjižnica služi lokalnoj zajednici i kako bi zadovoljila potrebe tih skupina, potrebna je suradnja s drugim organizacijama, ustanovama ili udrugama koje djeluju na području te lokane zajednice. Time će pomoći ostvariti svoju ulogu ali i poboljšati kvalitetu ljudskog života, poboljšati zdravlje stanovništva, pružiti odgovarajuću informaciju i omogućiti cjeloživotno obrazovanje pojedinaca, a tako i cijele zajednice. Kako bi se zadovoljila ta društvena uloga lokalne knjižnice, te popratila i zadovoljila potreba zajednice, potrebno je formirati fond prema tim potrebama. Kako bi se on ostvario i bio korišten pri odabiru građe trebalo bi uključiti i same korisnike. Naravno preteći i uravnotežujući zbirku prema *Standardima za narodne knjižnice u*

³ Usp. Leščić, J. Narodne knjižnice - od usluga za siromašne do usluga za sve. // Narodne knjižnice kao treći prostor : zbornik radova : 9. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredile D. M. Gabriel, J. Laščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica Zagreb, 2015. Str. 219.

⁴ Usp. Isto. Str. 221.

⁵ Kada se govori o različitim skupinama stanovništva misli se na različitost kod etičkog i kulturnog podrijetla, vjere, obrazovanja, jezika i stavova.

⁶ Usp. Horvat, A. Knjižnice u službi svoje zajednice. // Knjižnica : komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice : zbornik radova : 8. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / priredila J. Leščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica Zagreb, 2012. Str. 23.

*Republici Hrvatskoj*⁷ iz 1999. godine. Naravno, mora se obratiti pozornost da fond građe zadovoljava potrebe šire zajednice. U takvim odlukama knjižničar će imati ključnu ulogu te procijeniti što knjižnica treba imati u svom fondu. Također, knjižničar bi trebao imati odgovornost da sakuplja povijesne i kulturološke značajke za lokalnu zajednicu u kojoj on i djeluje. Prema *IFLA-inim smjernicama za narodne knjižnice*⁸ navodi se kako narodna knjižnica treba osigurati jednakost u pristupu niza izvora za zadovoljavanje potreba korisnika u obrazovnom i osobnom razvoju, te nuditi raznovrsne kulturne sadržaje i iskustva. Za ispunjavanje tih zadaća, neophodna je suradnja s lokalnom zajednicom, a sama izgradnja politike zbirke, kao i svaki sustav narodnih knjižnica zahtjeva pisane smjernice za izgradnju tih zbirki koje treba usvojiti upravljačko tijelo knjižnice.⁹ Ona se temelji na knjižničnim standardima koje je razvilo stručno osoblje knjižnice. Smjernice trebaju definirati svrhu, opseg i sadržaj zbirke, kao i pristup vanjskim izvorima. Glavni kriteriji za izradu tih zbirke prema IFLA-inim smjernicama trebao bi biti:

- „opseg građe dostatan da udovolji potrebama svih članova zajednice
- građa u različitim oblicima koji će omogućiti svim članovima zajednice korištenje knjižnične službe
- priljev novih naslova
- priljev novih knjiga i druge građe
- posudba građe
- širok izbor beletrističkih vrsta i nebeletrističkih predmetnih područja
- osiguravanje neistaknutih oblika građe
- pristup vanjskim izvorima kao što su knjižnice drugih institucija, elektronički izvori, lokalna društva, vladini odjeli ili lokalno znanje koje se temelji na usmenoj kulturi
- otpis starih, dotrajalih i zastarjelih knjiga, netiskane građe i informacijskih izvora”¹⁰

Svrha tih kriterija je dosljednost u osiguravanju pristupa i razvijanju knjižničnih zbirki, te njenom očuvanju. Kod izrada zbirki i popunjavanja knjižničnog fonda često će utjecati lokalni financijski uvjeti.

Nove nastale zbirke, ali i za one postojeće potrebno je izrađivati sadržaje. Sadržaji će korisnike informirati o mrežnom pristupu ili o informacijama u tiskanom obliku. No, kako bi

⁷ Standardi za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj. URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/270810.html> (01.02.2016.)

⁸ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011.

⁹ Upravljačko tijelo knjižnice donosi se prema odredbama Zakona o knjižnicama. URL: <http://www.zakon.hr/z/745/Zakon-o-knji%C5%BEnicama> (03.02.2016.)

¹⁰ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 70.

knjižnica bila što bolji posrednik između korisnika i građe, knjižnica mora imati stručnu razinu poslovanja. Stručno obrazovanje i stalna stručna izobrazba knjižničara prijeko je potrebna. U narodnoj knjižnici možemo naći sljedeće kategorije osoblja: školovani knjižničar (stručno osoblje koje je završilo diplomski ili poslijediplomski studije knjižničarstva i informacijskih znanosti), pomoćno neknjižničarsko osoblje (osoblje koje se brine o održavanju zgrade, prostora, rutinske poslove u radu s korisnicima i sl.), pomoćno knjižničarsko osoblje (obavlja rutinske poslove kao što je posudba građe, ulaganje knjiga na police, obrada građe i sl.), stručno ne knjižničarsko osoblje (osoblje koje je zaduženo za administrativne poslove), pomoćno osoblje (uključuje domare, spremačice, vozače i zaštitarsko osoblje).¹¹ U malim lokalnim knjižnicama često su zaposleni samo školovani knjižničari ili pak kao što je slučaj u Knjižnici i čitaonici Gračac, gdje je zaposleno jedno pomoćno osoblje, pomoćno knjižnično osoblje i stručno neknjižnično osoblje (ravnatelj knjižnice). No nešto više o knjižnici govorit ćemo u poglavlju *Knjižnica i čitaonica Gračac*.

Pristup informacijama i razumijevanju informacija je ljudsko pravo, koje propisuje *Zakon o pravu na pristup informacijama*¹², a narodne knjižnice moraju omogućiti taj pristup u tradicionalnim oblicima kao i onim novim koji su na novim medijima. Sve veći opseg informacija i neprestane tehnološke promjene koje utječu na taj pristup, te nepremostiva razlika u opremljenosti novom tehnologijom pokazuje da je velik dio svijeta isključen iz informacijskog društva. Tu isključenost nazivamo digitalnim jazom između informacijsko pismenih i informacijsko nepismenih korisnika. Stoga je važna uloga narodne knjižnice pomoći da se premošćuje taj digitalni jaz. Digitalni jaz premošćujemo osiguravanjem tehnoloških uvjeta, slobodnog pristupa informacijama, kako u onom tradicionalnom tako i u digitalnom obliku. Današnja se knjižnica gleda kao mjesto doživotnog učenja, javnog pristupa mreži i mrežnim izvorima, te kao društveno okupljalište svih slojeva stanovništva u zajednici.¹³

¹¹ Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 80-83.

¹² Zakon o pravu na pristup informacijama. URL: <http://www.zakon.hr/z/126/Zakon-o-pravu-na-pristup-informacijama> (04.02.2016.)

¹³ Usp. Horvat, A. Uključivanje u društvo : što može učiniti knjižnica. // Slobodan pristup informacijama : 2. i 3. okrugli stol : zbornik radova / uredile A. Belan-Simić i A. Horvat. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2004. Str. 101-102.

2.1. Zadaće i poslovanje

Kako bi narodna knjižnica postala lokalno obavještajno središte i kako bi zadovoljila potrebu za opismenjavanjem i cjeloživotnim učenjem za kulturom, te omogućila neposredan pristup svim vrstama znanja i informacija potrebno je slijediti zadaće. Zadaće koje je *IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice* smatra jezgrom službi, a to su:

- „stvaranje i jačanje čitateljskih navika djece od rane dobi
- podupiranje osobnog obrazovanja za koje se odlučuje pojedinac, kao i formalnog obrazovanja na svim razinama
- stvaranje mogućnosti za osobni kreativni razvitak
- poticanje mašte i kreativnosti djece i mladih ljudi
- promicanje svijesti o kulturnom naslijeđu, uvažavanje umjetnosti, znanstvenih postignuća i inovacija
- osiguranje pristupa kulturnim izvedbama svih izvedbenih umjetnosti
- gajenje dijaloga među kulturama i zastupanje kulturnih različitosti
- podupiranje usmene predaje
- osiguranje pristupa građana svim vrstama obavijesti o svojoj zajednici
- pružanje primjerenih informacijskih usluga lokalnim poduzećima, udrugama i interesnim skupinama
- olakšavanje razvitka informacijskih vještina i računalne pismenosti
- podupiranje i sudjelovanje u programima razvijanja pismenosti namijenjenim svim dobnim skupinama i iniciranje takvih programa, kad je potrebno.”¹⁴

Također u *Dopunama IFLA-inog Manifesta*¹⁵ navodi se kako knjižnica u 21. stoljeću trebala bi proširiti svoje usluge uz primjenu novih tehnologija, tj. da knjižnica treba:

- „proširiti zgrade narodnih knjižnica u prostor zajednice i kulturni prostor
- proširiti svoje usluge korištenjem World Wide Weba i Weba 2.0 te gledati prema Webu 3.0 i 4.0
- povezati se s svojim zajednicama, te obrazovati i obučavati ljude
- razvijati svjetsku mudrost “world wide wisdom” globalno znanje i razumijevanje stvaranjem kulturnih puteva na webu

¹⁴ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 106.

¹⁵ Dopuna IFLA-inog Manifesta. // IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 118-119.

- rušiti barijere i cenzure poštujući sve kulture
- podržavati kontinuirano usavršavanje i ohrabrivati osoblja te da budu proaktivni
- razvijati digitalne zbirke i znanja
- poboljšati dostupnost kataloga i baza podataka.”¹⁶

Važnost ovih zadaća narodne knjižnice posebno je vidljiva u manjim geografskim izoliranim sredinama, sredinama poput malih gradova ili općina. U *Zakonu o narodnim knjižnicama*¹⁷ jasno se ističe da narodne knjižnice mogu biti općinske, gradske ili županijske. Ona su kulturna i informacijska središta za stanovnike područja na kojemu djeluju. Prema tome osnivači lokalnih narodnih knjižnica su općine ili gradovi. Samim time poslovanje narodne knjižnice financira se od strane lokalne službe u potpunosti ili djelomično. Nadalje „*općinska narodna knjižnica mora imati knjižnični fond kojim može zadovoljavati oko 80% potreba svojih korisnika, dok će ostale potrebe zadovoljavati građom i informacijama na razini županije ili Republike u okviru nacionalnog informacijskog sustava knjižnica Hrvatske (hrvatskog knjižničkog sustava).*”¹⁸

No, potrebe korisnika i zahtjevi se neprestano mijenjaju. Trebalo bi redovito ažurirati strategiju razvoja knjižnice. Bez toga narodna knjižnica neće moći dati odgovarajuću uslugu, te dolazi u opasnost da izgubi podršku političara, ali i javnosti. Stoga različite potrebe i različite zahtjeve knjižničari bi trebali prepoznati i uz pomoć svojih upravnih tijela odrediti prioritete i smjer u kojem će knjižnica ići. Politika razvoja treba se temeljiti na tim prioritetima, ali i konzultacije s lokalnom zajednicom su neophodne. Rad koji se ne zasniva na promišljanju prioriteta dovodi do rasipanja sredstava, ali i do neefikasnog rada narodne knjižnice.¹⁹ Jasno oblikovana politika, definirani ciljevi, prioriteti i službe vezane za potrebu lokalne sredine pridonijet će unapređenju narodne knjižnice. Također, potrebo je osigurati i suradnju s odgovarajućim stručnjacima na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. Kako bi suradnja bila što uspješnija potrebno je imati stručno osoblje, jer su knjižničari posrednici između korisnika i građe, ali ujedno i stručnjaci koji su spremni primijeniti način

¹⁶ Isto.

¹⁷ Zakon o knjižnicama. URL: <http://www.zakon.hr/z/745/Zakon-o-knji%C5%BEnicama> (15.02.2016.)

¹⁸ Isto.

¹⁹ Usp. Gill, P. 1. predstavljanje IFLA-inih smjernica za narodne knjižnice. // Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica : zbornik radova : prvo savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Split, 2.-3. lipnja 2003. / urednice T. Pavičić, J. Slobodanac. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004. Str.13.

rada kada i kako situacija to zahtijeva. Stručno obrazovanje i trajna izobrazba knjižničara potrebna je za osiguravanje primjerenih službi i usluga.²⁰

3. Marketing i menadžment

Narodne knjižnice bi trebale imati pisanu komunikacijsku, marketinšku i promidžbenu politiku kako bi mogle ostvariti planirane programe te ih predstaviti javnosti. One se moraju zasnivati na zakonskim propisima, komunikacijskoj strategiji, mogućnostima, također bi se trebalo znati tko je zadužen za medijsku interakciju.²¹ Marketing je, dakle, od presudne važnosti za organizaciju, područje djelovanja i odnos prema profitu knjižnice. U svojoj definiciji marketinga Kotler stavlja naglasak na važnost korisnika i zadovoljenje njihovih potreba i želja. Stoga knjižnica preko marketinga oblikuje usluge ili proizvode u skladu s korisničkim potrebama i željama s ciljem zadovoljavanja korisnika. Marketing obuhvaća istraživanje potreba korisnika, osmišljavanje odgovarajućih proizvoda ili usluga koji su u skladu s njihovim potrebama i promoviranju i isporučivanju istoga na odgovarajući način. Pri tome usredotočenost na korisnike mora postojati na svim organizacijskim razinama, što zahtijeva postojanje marketinškog plana koji slijedi navedene radnje. Uključuje nužno definiranu marketinšku strategiju i omogućuje evaluaciju sveukupno učinjenog posla.²²

Sastavljanje marketinškog plana obuhvaća četiri pomagala. To su: istraživanje tržišta, segmentacija tržišta, marketinški miks i marketinška evaluacija. Istraživanjem tržišta može se obuhvatiti šire područje, tj. cijelo društvo ili samo interno istraživanje koji se odnosi na spise knjižnice koja sadrži vrijedne marketinške informacije o stvarnim korisnicima (podacima o korisnicima, dob, spol, adresa, podatke o posudbi i vrsti posuđene građe, zatim podaci o referentnim upitima, online pretraživanju i sl.). Istraživanjem tržišta koje obuhvaća cijelo društvo odnosi se na demografske podatke potencijalnih korisnika (običaje, zabavu, trendove i sl.), a njime se saznaje koji su interesi za određenu uslugu. Sve te informacije su neophodne

²⁰ Usp. IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 105-107.

²¹ Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 101.

²² Usp. Kotler, P....[et al]. Osnove marketinga. Zagreb : Mate : Zagrebačka škola ekonomije i marketinga, 2006. Str. 5-7.

kako bi se izgradila što kvalitetnija knjižnična zbirka, nabavila građa te organizirala događanja.²³

Drugi korak koji se zasniva na istraživanju tržišta je segmentacija. Segment je homogen, a segmentacija se zasniva na činjenici da su tržišta heterogena. Stoga je bitno da ravnatelji knjižnica razumiju različitost tržišta kako bi učinkovitije mogli rasporediti izvore i pružiti usluge. Različitost tržišta narodne knjižnice dijele na različite kriterije, npr. dobna skupina (djeca, mladi, odrasli), prema vrsti posuđene literature, posjetiteljima programa i sl. Bitno je znati i odrediti kome su usluge namijenjene, jer one koje su namijenjene svima, nisu namijenjene nikome, nitko ne dobiva ono što želi.²⁴ Dakle, knjižnice su te koje su odgovorne za donošenje odluka. Stvaranjem povoljnog mišljenja i naklonosti javnosti prema uslugama knjižnica kao neprofitna organizacija pridonosi dobrobiti društva i lokalne zajednice.

Sve te odluke i aktivnosti mogu se svesti na četiri skupine marketinškog miksa, a to su: proizvod (uslugu ili ponudu), cijena, distribucija (prodaja proizvoda ili usluga), promocija (marketinška komunikacija). Ove aktivnosti vezane su uz marketinšku razmjenu između institucija i njenih korisnika, donatora ili sponzora, javnosti, kao i svih onih s kojima knjižnica surađuje. Proizvod se može definirati kao sve ono što organizacija ili pojedinac mogu ponuditi kako bi netko zadovoljio svoju konkretnu potrebu ili želju. Ovaj pojam obuhvaća i usluge kao i kombinaciju opipljivih i neopipljivih elemenata u knjižnici koji se mogu gledati i kao odvojene cjeline (knjige, korištenje računala, pomoć knjižničara, i dr. usluge).²⁵ Promocija oblikuje sve ono čime se knjižnica bavi i ono što ona jest. U marketinškom miksu najmanje se posvećuje pažnja cijeni, kao ukupnom trošku za korisnika, mjestu na kojem se predstavlja mjesto i područje pružanja usluge.²⁶ Korisnici cijenu doživljavaju kao mjerilo vrijednosti onoga što im se nudi. Odlučivanje o cijeni kao elementu marketinškog miksa treba pristupiti ozbiljno kao što treba biti usmjeren prema racionalnom korištenju resursa sa svrhom ostvarivanja marketinških ciljeva. Pogrešne odluke mogu izazvati brojne negativne posljedice. Posljedice koje mogu biti je nedovoljno uloženo vrijeme zaposlenika ili volontera, nedovoljan doprinos ostvarivanju ciljeva, izgubljeno povjerenje donatora ili sponzora, negativne reakcije ciljanih grupa i sl. Pravilno određene cijene omogućavaju stvaranje prihoda, nadoknadu troškova, razvoj knjižnice i njenih programa i sl. Ono što se nudi mora biti dostupno onima kojima je i namijenjeno, a kako bi se to ostvarilo potrebno je uspostaviti kontakt i povezati se

²³ Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 98-101.

²⁴ Isto.

²⁵ Usp. Pavičić, J.; Alfirević, N.; Aleksić, Lj. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb : Masmedija, 2006. Str. 158-166.

²⁶ Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 101.

s korisnicima. Promotivne aktivnosti, osobni kontakti, komunikacija s korisnicima, oglašavanje, publicitet, sve to se pridonosi distribucijom proizvoda ili usluga. Pri distribuciji proizvoda potrebno je odrediti marketinške kanale. Marketinške kanale možemo definirati kao kanale koji „obuhvaćaju sve pojedince i organizacije koji omogućuju da se usluga ili proizvod učine dostupnima za korištenje onima kojima su namijenjeni.”²⁷ Oni služe da se s njima prikupe informacije o potencijalnim i postojećim korisnicima, a treba ih oblikovati u skladu s specifičnostima usluge.²⁸ Strategija promocije je cjeloviti program usmjerenih aktivnosti i potrebnih resursa za učinkovitu komunikaciju. Knjižnica koja bi provela učinkovitu komunikaciju treba utvrditi suvisao promidžbeni plan koji ima sljedeće elemente:

- „korištenje tiskanih, elektroničkih i komunikacijskih medija u pozitivne svrhe
- postavljanje poveznica na odgovarajuće mrežne stranice i portale
- knjižnične mrežne stranice, podcast i RSS kanale
- društvene medije kao što su Facebook, Twitter i YouTube
- redovito izdavanje i pripremanje popisa građe i letaka
- izložke i izložbe
- uočljivo postavljanje oznaka u knjižnici i izvan nje
- sajmove knjiga
- grupe “prijatelja knjižnice”
- proglašavanjem jednog tjedna u godini tjednom knjižnice i druge skupne promidžbene aktivnosti
- obilježavanje godišnjica i obljetnica
- aktivnosti i kampanje za prikupljanje sredstava
- aktivnosti vezane za komunikaciju s javnošću i veze s različitim skupinama u zajednici
- organiziranje kampanja za poticanje čitanja i razvoj pismenosti
- organiziranje kampanja za zadovoljavanje potreba ljudi s posebnim potrebama
- uključivanje podataka o knjižnici u telefonski imenik i druge adresare
- mrežna poveznica na druge organizacije u zajednici/adresare
- posebne publikacije knjižnice, npr. povijesti knjižnice ili povijesti zajednice
- knjižnične mrežne stranice
- posebni izvještaji za javnost i lokalna tijela vlasti”²⁹

²⁷ Pavičić, J.; Alfirević, N.; Aleksić, Lj. Nav. dj. Str. 180.

²⁸ Usp. Isto. Str. 167-190.

²⁹ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 100-101.

Ovo su samo primjeri ili smjernice koje predlaže IFLA-a, a koje knjižnica treba uvrstiti u svoj promidžbeni plan. Mogu se uključiti i drugi elementi, ali sve ovisi o mogućnostima i potrebama lokalne zajednice na kojoj knjižnica djeluje.

Marketinška evaluacija sastoji se od dvije metode. Jedna procjenjuje korisničko ponašanje i koliko se korisnika koristi virtualnim referentnim službama, u koje doba dana i sl. Ova metoda zahtjeva i prikupljanje internih korisničkih podataka. Druga pak metoda pokušava izmjeriti zadovoljstvo korisnika, a može se sprovesti samo u interakciji s korisnikom kao npr. pomoću intervjua, online ili tiskane ankete, fokus grupa i sličnih metoda.³⁰

Možemo reći da je ključan element uspješne usluge nerodnih knjižnica upravo jasna marketinška politika. U marketinšku politiku uključujemo i menadžment jer je on „*proces oblikovanja i održavanja okruženja u kojem pojedinci, radeći zajedno u skupinama, efikasno ostvaruju odabrane ciljeve.*”³¹ Oni su nerazdvojni dijelovi organizacije ustanova.

3.1. Odnosi s javnošću

Odnosi s javnošću ili PR³² kako se to danas skraćeno kaže dio je marketinga pomoću kojeg knjižnice komuniciraju sa zajednicom, ali ujedno je i tehnika masovne promidžbe. Dakle, uloga odnosa s javnošću upravo je u oblikovanju imidža knjižnice, što obuhvaća stvaranje dobrih odnosa s raznolikim javnostima, izgradnju pozitivne slike o sebi, te riješi i prekine negativne priče i događaje. U odjelima za odnose s javnošću bavi se cijeli tim stručnih osoba i obuhvaća niz funkcija. Zbog nedostatka stručnog osoblja u malim knjižnicama vrši je sam ravnatelj. To su odnosi: s tiskom koji obuhvaćaju dostavljanje informacija medijima kako bi se skrenula pozornost na osobu ili uslugu, publicitet proizvoda koji obuhvaća oglašavanje određenih usluga, javni poslovi koji obuhvaćaju izgradnju i održavanje lokalnih, nacionalnih i međunarodnih odnosa, lobiranje izgradnja i održavanje odnosa sa zakonodavcima, odnosi s investitorima koji podrazumijeva održavanje odnosa s dioničarima i drugim osobama iz financijskog svijeta, te razvoj koji predstavlja odnose s donatorima ili članovima neprofitnih

³⁰ Usp. Isto.

³¹ Weihrich, H.; Koontz, H. Menadžment. Zagreb : Mate, 1998. Str. 4.

³² U terminologiji koja se koristi u praksi (u marketinškim odjelima i odjelima za odnose s javnošću u tvrtkama ili organizacijama, u stručnoj i popularnoj literaturi, dnevnom tisku itd.) termin PR (kratica engleske riječi *public relations*) ravnopravno je zastupljena kao i izraz koji se koristi u hrvatskom jeziku – *odnosi s javnošću*.

organizacija.³³ Sve to ima utjecaj na informiranost javnosti o novim uslugama ili aktivnostima koje knjižnica provodi. Ravnatelji lokalnih knjižnica su ti koji trebaju uvjeriti zajednicu u važnost knjižnične službe. Dukić i Sopka u svom članku *Upravljanje marketingom male knjižnice*³⁴, naglašavaju kako odnosi s javnošću ili marketing šire gledajući može utjecati na povećanje broja korisnika i dodatna financijska sredstva. Knjižnice su te koje trebaju privući pozornost javnosti. Nije dovoljno da knjižnice postoje i da su dostupne, već knjižničar mora znati što korisnik treba i želi te mu dati do znanja da svoje potrebe može zadovoljiti upravo u knjižnici.³⁵ Kako bi pridobili i privukli nove korisnike ravnatelji bi trebali pripremati i pisati materijale kojima žele doprijeti do ciljanih korisnika i na njih utjecati.³⁶ Ti materijali uključuju godišnja izvješća, praćenje trendova, pisanje brošura te članaka, informiranje financijera ili investitora. Materijali trebaju biti s istaknutim identitetom knjižnice koje publika, korisnici odmah mogu prepoznati (tu se prvenstveno odnosi na logotipe, brošure, oznake, poslovne obrasce, posjetnice i sl.).

Za pridobivanje lokalne zajednice knjižnica mora imati utvrđenu politiku i odgovarajući program. Program ćemo postići tako da uspostavimo veze sa skupinama koje su spremne zagovarati interese knjižnice, te kako povećati dijelove zbirke, zatim sudjelovanjem knjižničara u aktivnostima upoznavanja javnosti s raznolikošću i vrijednošću knjižnice. Knjižničari trebaju iskoristiti svaku priliku u svojim aktivnostima uključujući i upravljačko tijelo kako bi knjižnica opravdala svoj razvojni rad, pokazala postignuća ali i ukazala na teškoće s kojima se susreće, te na taj način pridobila financijska sredstva.³⁷

Dakle, za uspješnost i dobar imidž knjižnice jako je bitna komunikacija, jer ona je složen oblik međuljudskih odnosa i bitna je u društvenom životu. Bez obzira radilo se o unutarnoj ili vanjskoj komunikaciji bitno je govoriti jezikom koji je razumljiv svima. U narodnim knjižnicama, gdje svakodnevno postoji komunikacija knjižničara s korisnicima, jer komunikacija obuhvaća kompletan niz aktivnosti i njihova pravila upotreba donosi pozitivne rezultate. Stoga, dobra komunikacija u sklopu knjižnice daje harmoničan odnos i između djelatnika koji se kasnije odražava na rezultate rada knjižnice. Vanjska komunikacija se odnosi na komunikaciju s ustanovama kao što su lokalna samouprava, državne ustanove, tvrtke, mediji, pojedinci (korisnici i nekorisnici), udruge i sl. Vještina komuniciranja prema

³³ Usp. Kotler, P....[et al]. Nav. dj. Str. 793.

³⁴ Dukić, G.; Sopka, I. Upravljanje marketingom male knjižnice, 2013. URL: http://www.knjiznicarstvo.com.hr/wp-content/uploads/2013/06/207_Dukic_Sopka_2013_1.pdf (15.02.2016.)

³⁵ Usp. Isto. Str.15.

³⁶ Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 102-103.

³⁷ Isto.

vanjskim suradnicima daje sliku pozitivnu ili pak onu negativnu o pojedincu i o ustanovi koju predstavlja.³⁸ No nešto više o komunikaciji, kako poslovnoj tako i onoj s korisnicima, govorit ćemo u odlomku pod naslovom *Komunikacija*.

Imamo još jedno bitno sredstvo ili tehniku u odnosima s javnosti koju treba naglasiti, a to su internetske stranice knjižnica. Internetske stranice su sredstvo preko kojeg se javnosti može pružiti informacija, a idealno su mjesto i za informiranje, promicanje usluga, ali i za rješavanje kriznih situacija. Kako sve više ljudi na internetu traži informacije tako se otvorila nova mogućnost za odnose s javnošću. Knjižnice pomoću svojih stranica oglašavaju nove događaje, promoviraju nove usluge, objavljuje komentare zadovoljnih korisnika, te se po niskoj cijeni obraćaju široj zajednici. Prednost u oblikovanju stranica je u tome što se knjižnice mogu direktno obraćati svojim korisnicima i nekorisnicima i samim time imati veću kontrolu nad porukom. U vremenu prije interneta knjižnica se morala pouzdati u novinarsko pisanje ili pak u svoje zaposlenike da ustanovu ili događaj prikažu na zanimljiv način novinarima i tako osiguraju vjerodostojnost poruke. Poruka koja se prenosi mora biti usklađena s knjižnicom i njenim ciljevima odnosa s javnošću. Ciljevi se definiraju prema vijesti koja se želi prenijeti i komunikacijskim ciljevima koje se žele postići. Stoga internet nije zamjena za novinare i njihovo utjecajno uredništvo, jer da bi se napori koje knjižnica ulaže preko odnosa s javnošću bila pozitivna i imala što veći odjek u javnosti mora biti potkrijepljena direktnim i osobnim kontaktom s novinarima. Ukoliko knjižnica ima zanimljivu priču prenijet će je različiti mediji. Samim time dolazi do stvaranja pozitivne slike o knjižnici i stvaranje njenog imidža.³⁹

3.2. Novi mediji u odnosima s korisnicima

Stvaranjem svjetske mreže World Wide Web i internetskih preglednika 20-ih godina prošlog stoljeća pretvorilo je internet u novi komunikacijski alat. Rast broja korisnika na internetu raste iz dana u dan vrtoglavom brzinom. Razvojem nove tehnologije i mobilnih telefonskih uređaja taj broj se znatno povećava.⁴⁰ Stoga nove komunikacijske tehnologije, prvenstveno širenje interneta, otvaraju mogućnosti novom razvoju komuniciranja s javnosti.

³⁸ Usp. Biščam, F.; Mavretić, Ž.; Milovčić, J. Knjižnica u medijima – mediji u knjižnici // Narodne knjižnice kao treći prostor. Nav. dj. Str. 293-296.

³⁹ Usp. Kotler, P....[et al]. Nav. dj. Str. 793-799.

⁴⁰ Usp. Isto. Str. 125-135.

Kvalitetnom suradnjom mediji mogu pomoći knjižnici u ostvarivanju njezinih ciljeva. Također mogu privući pozornost na rad knjižnice, izgradnju prepoznatljivosti i identitet knjižnice, te pozitivan dojam o njoj.⁴¹ Knjižničari su ti koji bi trebali znati kako promicati knjižnicu i njene službe i usluge koristeći računalne i telekomunikacijske mreže. To uključuje suradnju s medijima kao i s različitim sredstvima komunikacije putem blogovi, web-foruma, web-stranica, e-mail-lista, chat-soba, društvenih mreže itd. koje predstavljaju nove oblike javnog komuniciranja.⁴² Građani imaju mogućnost ravnopravnog sudjelovanja u javnoj sferi, u kojoj komunikacija ponovno postaje razmjena mišljenja, a mreža ima potencijal javne rasprave kao temelja demokracije. Ovi mediji osobito su značajni na području odnosa s javnošću jer unapređuju komuniciranje i utječu na društvene promjene.⁴³ Kako bi knjižnica bila u koraku s vremenom i suvremena za svoje korisnike potrebno je svoje poslovanje usmjeriti i prema tim medijima.

No kako je danas čovjeku dostupan sve veći broj informacija i kako taj broj neprestano raste pojedini korisnici se među tim informacijama neprestano gube. Tu knjižnice imaju ključnu ulogu ne samo u pribavljanju, sakupljanju, organiziranju, procjeni i korištenju informacija, nego i u podučavanju i omogućavanju pristupa tim informacijama. Knjižnica treba omogućiti i osigurati besplatan javni pristup internetu kako bi svim građanima omogućila pristup informacijama u elektroničkom obliku. Korištenjem informacijske i komunikacijske tehnologije knjižnica omogućuje pristup sve većem broju elektroničkih izvora i usluga i time postaje posrednikom između informacije i tehnologije. Narodna knjižnica treba razviti programe suvremenog opismenjavanja korisnika za korištenje informacijsko telekomunikacijske tehnologije. Upravo zbog toga što korisnici narodnih knjižnica često koriste knjižnicu i za informacijsko opismenjavanje i svoje cjeloživotno učenje, naravno ukoliko im knjižnica pomoću svojih programa i usluga to omogući. No, kako su danas nove tehnologije sve pristupačnije vrlo je važno osigurati pristup tim tehnologijama i podučiti korisnika kako ih najbolje iskoristiti.⁴⁴ U lokalnim zajednicama i naseljima potreban je besplatan pristup informacijskoj i komunikacijskoj tehnologiji onima koji ih ne mogu koristiti od kuće. U ruralna i slabo naseljena mjesta i u manje razvijenim krajevima knjižnica je ta koja mora pomoći u podizanju općeg stupnja obrazovanja u informacijskoj i komunikacijskoj

⁴¹ Usp. Bišćam, F.; Mavretić, Ž.; Milovčić, J. Nav. dj. Str. 293-299.

⁴² Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 102.

⁴³ Usp. Narodna knjižnica : IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za razvoj službi i usluga / priredila radna skupina Sekcije za narodne knjižnice na čelu s P. Gillom. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2003. Str. 72.

⁴⁴ Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 54-57.

tehnologiji. Omogućavanjem pristupa pogoduje informiranju građana, a i smanjivanju jaza između informacijski pismeni i informacijski nepismenih korisnika.⁴⁵

3.3. Knjižnica i FaceBook

Razvijati informacijsku pismenost u knjižnicama dio je suvremene knjižnične referentne usluge s kojom knjižnice daju naglasak na obrazovanje pojedinca i njegovo cjeloživotno učenje. Tehnologija nam je omogućila novi pristup poslovanju stavljajući naglasak na sposobnost i kreativnost knjižničara kao informacijskog stručnjaka, koji daje osobni doprinos stvaranju novih sadržaja i znanja. Stoga svaka knjižnica bi trebala danas u 21. stoljeću imati mrežnu stranicu kako bi promovirala knjižnicu i putem e-marketinga. „*Općenito, dobra promocija putem mrežne stranice knjižnice uključuje sve ono što može privući pozornost čak i slučajnom posjetitelju. Primjeri su za to informacije o nadolazećim događanjima, poveznice na interesantne mrežne stranice, prikazi knjiga, odgovori na najzanimljivije upite, podaci o zajednici, itd.*”⁴⁶ Lokalne knjižnice se bez obzira na društvene mreže koje su sinonim za Web 2.0 tehnologije⁴⁷ koje mogu bit od velike koristi, slabo se koriste u knjižnicama tip VI i tip VII svega 27.7% dok u urbanim središtima je 58.34% knjižnica.⁴⁸ Okretanje knjižnica k društvenim mrežama je od iznimne važnosti ne samo zbog financijskih razloga nego i zbog približavanja korisnicima. Treba nastojati iskoristiti aplikacije i servise kojima se knjižnice mogu približiti potencijalnim mlađim i starijim korisnicima te pokazat u novom tehnološkom naprednijem svjetlu s najznačajnijom karakteristikom mogućnosti ostavljanja komentara, izražavanja svidanja ili ne svidanja⁴⁹, praćenja i sl. One pridonose društvenoj interakciji i stvaranju online zajednica. Društvene mreže omogućavaju predstavljanje užoj ili široj javnosti uslugu gotovo besplatno. Stvarajući profile na društvenim mrežama pojedinci sa svojim osobnim podacima, interesima,

⁴⁵ Usp. Budin, L. Smjernice za uspostavu informacijskog društva u Republici Hrvatskoj u prihvaćenoj strategiji razvitka za područje informacijske i komunikacijske tehnologije. // Slobodan pristup informacijama. Nav.dj. Str. 81-83.

⁴⁶ Dukić, G.; Sopka, I. Nav. dj. Str. 26.

⁴⁷ Više o Web 2.0 pročitati u Orehovački, T.; Konecki, M.; Stapić, Z. Primjena Web 2.0 tehnologija u poslovanju, str. 200. URL: http://www.researchgate.net/publication/224930668_Primjena_Web_2.0_tehnologija_u_poslovanju (14.03.2016.)

⁴⁸ Dukić, G.; Sopka, I. Nav. dj. Citirano prema : Cvek, Marija. Promocija narodnih knjižnica putem društvenih mreža. Diplomski rad. Filozofski fakultet u Osijeku, 2012., str. 38-40.

⁴⁹ Eng. like i unlike

vještinama ostvaruju kontakte s istomišljenicima, dok knjižnica otvarajući svoj profil na mrežnoj stranici dobiva mogućnost komuniciranja i približavanja, obavještanja o svemu što se događa u knjižnici ne samo korisnicima već i onim potencijalnim korisnicima i skupinama u lokalnoj zajednici kojoj se knjižnica želi približiti.⁵⁰

FaceBook je pokrenut 2004. godine, te je u počecima bio namijenjen samo studentima Harvarda, a danas je postao najpopularnija društvena mreža u svijetu. Daje nam mogućnost otvaranja stranica osobnog profila, kako za tvrtke i ustanove tako i za druge pravne osobe. Omogućuje nam formiranje otvorenih i zatvorenih grupa. Također, daje nam novi model povezivanja i komuniciranja.⁵¹ Cilj FaceBooka je povezivanje ljudi, čineći svijet povezanim, bez obzira na mjesto stanovanja. Stoga, pojedinci koriste FaceBook osobnog profila radi povezivanja s obitelji, prijateljima, za razmjenu videa, informacija i sl., a tvrtke, ustanove ili organizacije koriste je u svrhu približavanja klijentima, kupcima ili korisnicima. Danas društvena mreža ima oko 1,59 milijardi aktivnih mjesečnih korisnika širom svijeta.⁵² Što nam govori o popularnosti i korištenju ove društvene mreže.

Knjižnice koje koriste FaceBook ili neku drugu društvenu mrežu, te predstavljaju svoju djelatnost koju pružaju u fizičkom prostoru knjižnice, osmišljavaju i pružaju nove usluge na novom mediju. Svrha mrežnih stranica očituje se predstavljanjem i pružanjem programa i usluga na internetu. Otvaranje profila ili stranicama knjižnice, knjižnica predstavlja svoje redovite usluge, ali i nove, najavljuje događaje, objavljuje fotografije i sl. Uvriježeno je mišljenje, kako ono što nije prisutno i vidljivo na mreži ono i ne postoji. Uloga knjižnice se mijenja. Mijenja se uvođenjem novih tehnologija i dostupnošću online izvora, koji omogućuju novi pristup informacijama i to u vrijeme kada više odgovara samim korisnicima. Pri osmišljavanju sadržaja na mrežnim stranicama treba razmišljati i o korisnicima i nekorisnicima. Potrebno je potkrijepiti informacijama sve korisnike interneta i članove lokalne zajednice. Uloga mrežne stranice je višestruka. Naprimjer sadržajem omogućujemo zadovoljiti informacijske potrebe, a istodobno se korisnike kroz napatke za korištenje mrežnih stranica provodi edukacija korisnika i na taj način razvija se informacijska i informatička pismenost. Knjižnice na internetu pružaju informacije i usluge na način da daju na raspolaganje svoje zbirke. Informacije se mogu davati kroz različite modele i to kroz

⁵⁰ Usp. Dukić, G.; Sopka, I. Nav. dj. Str. 26-27.

⁵¹ Usp. Use of Facebook in academic health sciences libraries. // Journal of Medical Library Association 97, 1(2009). URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2605034/pdf/mlab-97-01-44.pdf> (14.03.2016.)

⁵² Usp. Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2015 Results, 2016. URL: <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=952040> (14.03.2016.)

slobodan pristup svima ili pružanje usluga samo članovima knjižnice (pomoću zaporke dobivene uz člansku iskaznicu).⁵³

3.4. Benchmarking

Što je benchmarking i o čemu se zapravo radi pokušat ćemo ukratko objasniti. „*Benchmarking obuhvaća skup aktivnosti kojima se nastoji pronaći pojedince i/ili organizacije koji su najbolji u onome čime se bave i koristiti njihovo znanje, prilagođeno i poboljšano, u cilju vlastitog uspješnog djelovanja.*”⁵⁴ Sama riječ benchmarking je engleskog podrijetla i za tu riječ u hrvatskom govornom području ne postoji sinonim.

Često smo u prilici otkrivati „*toplu vodu*”, odnosno tražiti rješenja za određene probleme, koje već negdje postoje, ona nam nisu odmah dostupna i često ih treba prilagoditi vlastitoj situaciji pri rješavanju problema. A kako se ne bi događalo da uzalud trošimo svoje vrijeme i novac poželjno je koristiti benchmarking. Gledanje i učenje od najboljih je neprocjenjivo, a ujedno uz malu preinaku i široko primjenjivo. No, pritom svakako treba poštivati određena pravila igre. „*Granica između “učenja od najboljih” i neovlaštenog prisvajanja tuđeg intelektualnog ili nekog drugog zaštićenog vlasništva može za nesvjesne pojedince i/ili organizacije biti prilično virtualna, pa čak i nepostojeća.*”⁵⁵ To ne znači da je nešto što je uspješno kod drugih može biti uspješno i preporučljivo za nas.⁵⁶ No držat ćemo se onih pozitivnih strana i onoga što bi se moglo primijeniti u lokalnim knjižnicama naravno prema njenim karakteristikama (korisnicima, lokaciji, načinu financiranja, strukturi zaposlenih, tradiciji i sl.), te lokalne zajednice na kojoj knjižnica i djeluje. Primjerice, bolje razumijevanje korisnika i načina kako ih zadovoljiti (saznati kako druge knjižnice uspijevaju saznati jesu li im korisnici zadovoljni, kako dolaze do konkretnih prijedloga poboljšanja), za bolje razumijevanje okruženja i određivanja budućih ciljeva (zašto neka knjižnica je promijenila radno vrijeme, je li takva odluka uvjetovana promjenama u navikama korisnika ili nečim drugim) i veće konkurentnosti (kako određene institucije dolaze do financijskih

⁵³ Usp. Stropnik, A. Knjižnica za nove generacije : virtualni sadržaji i usluge za mlade. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 51-55.

⁵⁴ Pavičić, J.; Alfirević, N.; Aleksić, Lj. Nav. dj. Str. 317.

⁵⁵ Isto.

⁵⁶ Usp. Isto. Str. 316-318.

sredstava, kako najbolje pripremiti dokumentaciju i dopise pri javljanju na otvorene međunarodne natječajne i sl.).⁵⁷

Primjena benchmarking aktivnosti u praksi različita je i u odnosu na financijska sredstva, načine provedbe i sudionike koji su uključeni u proces. Također, kod provedbe benchmarkinga izuzetno je važno pravilo odabrati partnera čije će se iskustvo koristiti. No, pri tom moramo voditi računa o spoznaji mogućnosti kako unaprijediti djelovanje vlastite institucije, pojedinih odjela ili pojedinaca.⁵⁸ Primjerice Pavičić spominje nekoliko načela primjene i korištenja, kojih se treba pridržavati, a koji su ujedno i procesi benchmarkinga:

- „okidač/motivacija za benchmarking (neki konkretan problem ili više njih unutar institucije koje treba rješavati ad hoc ili u sklopu dugoročnih aktivnosti poboljšanja djelovanja institucije)
- odluke koje se donose na to koje su vlastite točke za usporedbu (što konkretno treba pokušati unaprijediti/promijeniti primjenom benchmarkinga)
- odluke koje se odnose na izvore točaka za usporedbu (gdje potražiti/pronaći organizacije pogodne za analiziranje kako bi se utvrdilo koja je već postojeća praksa najprimjenjivija)
- prikupljanje i analiza najboljih raspoloživih iskustava
- uspoređivanje svega prikupljenog s iskustvima (nezadovoljavajućom) praksom djelovanja vlastite institucije
- primjena prilagođenih uspješnih procesa/prakse
- rješenje problema i testiranje u praksi
- problem(i) još uvijek postoji/postoje? Pojavili su se novi problemi?“⁵⁹

Slijedeći ova načela primjene i korištenja benchmarkinga možemo unaprijediti i poboljšati aktivnosti same knjižnice, ali i njeno prepoznavanje kako u lokalnoj zajednici, tako i van nje.

4. Organizacija rada i upravljanje vremenom

Narodna knjižnica u lokalnoj zajednici koja ima do 5 zaposlenih upravlja ravnatelj. Ravnatelj samostalne knjižnice ima zadaću organizirati, voditi rad i poslovanje knjižnice,

⁵⁷ Isto. Str. 318-319.

⁵⁸ Usp. Isto. Str. 321.

⁵⁹ Isto.

predlagati plan i program rada knjižnice, predstavljati i zastupati knjižnicu u pravnom prometu i pred tijelima državne vlasti, te obavljati sve druge poslove predviđene zakonom, aktom o osnivanju i statutom.⁶⁰ Kako knjižnica djeluje u sve složenijem društvu u kojem se od ljudi zahtijeva sve više vremena i pozornosti, iznimno je važno da knjižnica obavještava o svojim događanjima i uslugama koje nudi. Pri tome može se služiti promidžbenim metodama, lecima s obavijestima o radnom vremenu i uslugama, programima i upotrebom mrežnih stranica i sl.⁶¹

4.1. Organizacija i učinkovito poslovanje institucije

U *Standardima za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj* knjižnice se klasificiraju prema broju stanovnika na području na kojem djeluju. Prema toj podjeli knjižnice su svrstane u tipove. Tip I. je preko 100 000 stanovnika, tip II. je od 60 do 100 000 stanovnika, tip III. je od 35 do 60 000 stanovnika, tip IV. je od 20 do 35 000 stanovnika, tip V. je od 10 do 20 000 stanovnika, tip VI. je do 10 000, i tip VII. je do 5 000 stanovnika. Sukladno tome se određuje broj knjiga prema broju stanovnika, broj knjižničnog osoblja, broj mjesta u čitaonici i sl.⁶² Za organizaciju rada i poslovanje knjižnica u jedinici lokalne samouprave⁶³ te knjižnice koje djeluju na području do 10 000 stanovnika, tj. tip VI. i tip VII., postoje određene prednosti ali i nedostaci u marketinškom poslovanju. U jedinicama lokalne samouprave, tj. u zajednicama gdje gotovo svatko poznaje svakog, lakše se ostvaruju kontakti s ljudima i lakše se komunicira (poslovi se mogu sklopiti bez formalnog načina komunikacije). Kako bi se to postiglo potrebno je biti aktivan u javnom život zajednice, jer na taj način ćemo se lakše upoznavati sa značajnim osobama u zajednici. Gledajući primjere velikih uspješnih knjižnica (često su finansijski dobrostojeće za marketing) može, ali ne smije nas obeshrabriti činjenica da i mala knjižnica može uspješno djelovati za svoju zajednicu. Financijska sredstva lokalne knjižnice nerijetko su nedostatna i za realizaciju osnovnih knjižničnih funkcija. No, s obzirom da se u knjižnicama više ne traže samo knjige i časopisi, nego i audiovizualna i elektronička

⁶⁰ Usp. Zakon o knjižnicama. Nav. dj.

⁶¹ Usp. Narodna knjižnica. Nav. dj. Str. 18.

⁶² Usp. Standardima za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj. Nav. dj.

⁶³ Općina je jedinica lokalne samouprave koja se osniva, u pravilu, za područje više naseljenih mjesta koja predstavljaju prirodnu, gospodarsku i društvenu cjelinu, te koja se povezuje zajedničkim interesima stanovništva, a ima manje od 10 000 stanovnika usp. Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi. URL: <http://www.zakon.hr/z/132/Zakon-o-lokalnoj-i-podru%C4%8Dnoj-%28regionalnoj%29-samoupravi> (09.03.2016.)

građa, pristup računalima i internetu, referentna usluga, uključujući i informacijsko opismenjavanje, te kako i ostale usluge za cjeloživotno učenje, suvremene knjižnice kako one velike tako i one male trebaju omogućiti usluge koje će zadovoljiti potrebe korisnika. Iako imaju drugačije financijske prihode.⁶⁴ Stoga je od posebne važnosti da lokalne knjižnice razviju vlastitu strategiju razvoja. Ona bi knjižnici pružila sigurnost ali i olakšala djelovanje u zajednici. Strategija razvoja knjižnice treba se zasnivati na postojećem stanju, problemima i projekciji razvoja djelatnosti. Treba biti na duže vremensko razdoblje, povećati sredstva u proračunu i treba uspostaviti veću suradnju među knjižnicama razmjenom iskustva, te uspoređivati i vrednovati njihove rezultate s ciljem unapređenja knjižničnih usluga.⁶⁵

Uloga narodne knjižnice u 21. stoljeću je cjeloživotno učenje, i tome se treba posvetiti pažnja, kao i svim vrstama pismenosti te poticati i promicati čitanje. Pažnja se treba usmjeriti na posebne skupine kao što su djeca, mladi, društveno isključeni korisnici, pripadnicima manjina, osobama s invaliditetom i dr. te ih uključiti u sve aktivnosti knjižnice. Nacrt *Strategije razvoja narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj do 2010. godine* predlaže aktivnosti kao što su:

- „identificiranje potencijalnih korisnika
- analiza potreba unutar zajednice
- unapređivanje službi i usluga za korisnike
- automatizacija posudbe knjižnične građe (pružanje obavijesti u tiskanom i elektroničkom obliku)
- unapređivanje informacijskih i referalnih službi
- osiguravanje relevantnih i kvalitetnih informacija o zajednici u kojoj knjižnica djeluje
- razvijanje usluga za djecu (usluga za mlade i odrasle prema najvišim profesionalnim standardima i dostignućima struke, osiguravanje građe za cjeloživotno učenje i slobodno vrijeme)
- osiguravanje usluga namijenjenih skupinama unutar zajednice i usluga za posebne grupe korisnika
- izrada vlastitih baza podataka
- provođenje nacionalnih kampanja i lokalnih projekata za podizanje razine svih vrsta pismenosti
- provođenje nacionalnih kampanja i lokalnih projekata za promicanje čitanja

⁶⁴ Usp. Dukić, G.; Sopka, I. Nav. dj. Str. 15-17.

⁶⁵ Usp. Bastić, D. Narodne knjižnice – pravni i financijski okvir rada. // Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica. Nav. dj. Str.42-43.

- provođenje sustavnih istraživanja potreba korisnika
- osiguravanje informacija o Europskoj uniji i uključivanje u e-Europu
- osiguravanje zajedničkog pristupa elektroničkim izvorima
- servisiranje lokalnih uprava pristupom kvalitetnim izvorima informacija
- servisiranje pristupa informacijama za poduzetnike
- pristup uslugama na daljinu (e-katalog, rezervacija građe i produženje roka posudbe građe, online referentne usluge)
- osiguravanje fizičkog pristupa službama i uslugama u skladu s IFLA-inim smjernicama
- elektronička, komunikacijska i AV oprema za pristup uslugama 24/7.”⁶⁶

Ove aktivnosti lokalnim knjižnicama bi pomogle u organizaciji poslovanja.

No prema *Nacrtu Strategije hrvatskog knjižničarstva 2016.–2020.* strategija razvoja temelji se na četiri cilja koja obuhvaćaju temeljne i inovativne knjižnične usluge, učinkovitu i funkcionalnu mrežu knjižnica povezanih u jedinstveni nacionalni knjižnični informacijski sustav, ravnomjerne infrastrukturne pretpostavke za obavljanje knjižnične djelatnosti, te kompetencijski okvir stručnih znanja i vještina djelatnika u knjižničarstvu.⁶⁷ Koje svakako treba uzeti u obzir pri sastavljanju strateškog plana za poslovanje institucije.

4.2. Podjela rada

Podjela rada često se odnosi na timsku podjelu zaposlenika koji rade u knjižnici, gdje surađuju svi članovi tima. Taj način poslovanja daje iznimno dobre rezultate u poslovanju knjižnice. Prvenstveno je važno da svaki zaposlenik obavlja one poslove koji su u skladu s njegovim vještinama i kvalifikacijama. U lokalnim knjižnicama gdje je zaposlena jedna ili dvije osobe ta podjela rada se znatno razlikuje. U tom slučaju osoba je zadužena za više poslova na koje raspoređuje svoje radno vrijeme. Ravnatelji knjižnica trebaju biti svjesni promjena u društvu koja mogu utjecati na njihov razvoj i u skladu s tim promjenama uvesti ih i u knjižnice. Moraju naći vremena za čitanje i proučavanje kako bi bili u stanju predvidjeti utjecaj tih promjena, npr. tehnološke promjene koje se velikom brzinom mijenjaju. Također,

⁶⁶ Nacrt Strategije razvoja narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj do 2010. URL: www.knjiznica.hr/serv_file.php?file=284 (10.03.2016.)

⁶⁷ Usp. Nacrt Strategije Hrvatskog knjižničarstva 2016.-2020. URL: <https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/MainScreen?entityId=1850> (14.03.2016.)

ravnatelj, a i svi zaposlenici su odgovorni za određene resurse i određenu upravljačku odgovornost u knjižnici. Pri čemu treba jasno odrediti ovlasti i odgovornosti zaposlenika. Osoblje treba biti obučeno za obavljanje zadataka za koje je i ovlašteno.⁶⁸

4.3. Radna mjesta

Prema *Zakonu o knjižnicama* stručne poslove u knjižnicama obavljaju pomoćni knjižničari, knjižničari, diplomirani knjižničari, viši knjižničari i knjižničarski savjetnici.⁶⁹ Dok prema *IFLA-inim smjernicama za narodne knjižnice* u knjižnici možemo naći sljedeće kategorije osoblja školovani knjižničar, pomoćno neknižničarsko osoblje, pomoćno knjižničarsko osoblje, stručno ne knjižničarsko osoblje, pomoćno osoblje.⁷⁰ Samim time u knjižnici osoblje postaje vitalno sredstvo čije plaće obično predstavljaju najveću stavku proračuna, a broj osoba u knjižnici ovisi i o nizu čimbenika u određenoj knjižničnoj službi. Važan čimbenik su i sredstva kojima knjižnica raspolaže. Zato i imamo u malim lokalnim knjižnicama često zaposleno samo nekoliko osoblja, bez da se gledaju *Standardi za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj*, gdje broj stručnog osoblja ovisi o broju stanovnika na području djelovanja knjižnice, broju korisnika učlanjenih u knjižnicu, broju sati otvorenosti knjižnice i dr. Nadalje, od osoblja se traži da zbog potreba korisnika i lokalne zajednice stručno obrazuje i usavršava.⁷¹ Traži se da osim poznavanja osnovnih knjižničarskih poslova, koji uključuju nabavu i posuđivanje raznolike knjižnične građe, knjižničar male knjižnice treba znati planirati, organizirati, voditi i kontrolirati cjelokupno poslovanje. Samim time knjižničar mora posjedovati temeljna znanja o financijama i marketingu te o suvremenim informacijskim i komunikacijskim tehnologijama. Uz to od knjižničara se očekuje da bude poduzetan, komunikativan, pristupačan i aktivan u zajednici, odnosno da je cijenjen i prepoznat među svojim sugrađanima.

Također, osoblje koje stalno komunicira s korisnicima i u neprestanom je dodiru s njima potrebno je ovladati velikim brojem vještina, a posebno vještinom komuniciranja, individualnog pristupa korisniku, poznavanje njegovih navika i interesa, te uočavanje njegovih potreba. Također, poželjne osobine knjižničara su i vještine pregovaranja, slušanja,

⁶⁸ Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 91-93.

⁶⁹ Usp. Zakon o knjižnicama. Nav. dj.

⁷⁰ Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 80.

⁷¹ Usp. Standardi za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj. Nav. dj.

uspostavljanje veza i rješavanje sukoba.⁷² Vještine se stječu kroz praksu, stalno usavršavanje, te na temelju iskustva. Kompetencije za usavršavanje tih vještina danas se vezuju i uz tehnologiju, među ljudske odnose i korisničke usluge. Stoga od knjižničara se očekuje da ima:

- „sposobnost pozitivnog komuniciranja
- sposobnost razumijevanja potreba korisnika
- sposobnost suradnje s pojedincima i skupinama u zajednici
- znanje i razumijevanje kulturnih raznolikosti u zajednici
- poznavanje sadržaja knjižničarski zbirke i načina pristupa
- razumijevanje načela djelovanja javnih službi i njihovo prihvaćanje
- sposobnost suradnje s drugim ljudima u pružanju učinkovite knjižnične usluge
- organizacijske sposobnosti, uključujući fleksibilnost u prepoznavanju i primjeni novina
- vještine timskog rada i vodstva
- maštovitost, vizija i otvorenost za nove ideje i djelatnost
- sposobnost za primjenu novih radnih metoda kako bi se prilagodilo novim situacijama
- poznavanje informacijskih i komunikacijskih tehnologija koje se mijenjaju.”⁷³

Dakle, osoblje koje je stručno obrazovano može zadovoljit potrebe korisnika, a i poboljšati sliku o knjižnici.

5. Komunikacija

Kako smo već u radu naglasili da je u knjižnici bitna komunikacija, kako ona unutarnja tako i ona vanjska, u ovom odlomku ćemo nastojati nešto više reći o komunikaciji općenito i komunikaciji koja je bitna u marketingu, te kako i na koji način je uspješno voditi.

Jasno nam je da nije dovoljno samo osmisliti usluge i učiniti ih dostupnima korisnicima i čekati da oni kojima je usluga namijenjena saznaju za nju. Upravo zbog toga i postoji oglašavanje putem novina, televizije, radija, internetskih stranica, letaka, promocije knjiga i sl. kako bi informirali javnost o događanjima i uslugama u knjižnici. Bez svega toga rad knjižničara može biti uzaludan, a knjižnica slabo posjećena. Sve spomenuto može biti dio strategije ili marketinške komunikacije. A „*strategija promocije ili marketinške komunikacije*

⁷² Usp. Horvat, A. Knjižnice u službi svoje zajednice. // Knjižnica. Nav. dj. Str. 28.

⁷³ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 79-80.

*je cjelovit program usmjerenih aktivnosti i potrebnih resursa za učinkovito komuniciranje sa svim sadašnjim i potencijalnim ciljanim grupama kako bi se na nju djelovalo u svrhu ostvarivanja komunikacijskih ciljeva.”*⁷⁴ Možemo reći da komunikacijske aktivnosti su usmjerene prema redovitom ažuriranju razvoja knjižnice i sami time imaju zadaću informirati, posjetiti i nagovoriti ili uvjeriti. Za uspješno komuniciranje s javnosti potrebno je mijenjati metode i medije kako bi držali korak s razvojem tehnologije kao i s potrebama i navikama ciljanih grupa kojima se obraćamo. Planiranje marketinške komunikacije je neophodno za knjižnice, ali se mora voditi računa o novcu koji se troši na oglašavanje. Male lokalne knjižnice često koriste medije koji su dostupni, upravo zbog smanjivanja troška oglašavanja, ali često ti mediji ne odgovaraju ciljanoj grupi korisnika. Ili pak za oglašavanje je zadužena osoba koja nema ni znanja ni motivacije da dobro obavi povjereni posao. Kako bi se izbjegli ti problemi, a i mnogi drugi, potrebno je poduzeti sljedeće korake u planiranju marketinške komunikacije i to: odrediti ciljeve, definirati budžet, definirati poruku, donijet odluku o korištenju vrste medija, te naposljetku napraviti evaluaciju.⁷⁵

Također, kako bi djelotvornije komunicirali, marketinški stručnjaci moraju razumjeti kako funkcionira komunikacija. Ona obuhvaća devet elemenata. Prva dva elementa su glavni sudionici u komunikaciji i to pošiljalatelj i primatelj, druga dva su komunikacijski alati tj. poruka i medij. Sljedeći su kodiranje, dekodiranje, reakcija i povratne informacije, a posljednji element je buka u sustavu. Stoga da bi poruka bila učinkovita pošiljalateljev proces kodiranja mora biti u skladu s primateljevim procesom dekodiranja.⁷⁶

5.1. Poslovna komunikacija

Poslovna komunikacija odnosi se na vanjsku komunikaciju, tj. na komunikaciju s predstavnicima lokalne uprave i samouprave, kao i s ostalim utjecajnim osobama iz zajednice. Ona se ostvaruje putem pisane korespondencije ili osobnim kontaktom. Osobni kontakt je daleko bolja opcija za promociju usluga ali i za ukazivanje na probleme s kojima se knjižnica suočava, a moguće ju je dogovarati tijekom različitih javnih događanja. Neophodno je da takvih sastanaka bude što više u knjižnici. Često osobe na važnim položajima nemaju vremena za obilazak knjižnice. Takav posjet mogao bi izravno pokazati u kakvom je ona

⁷⁴ Pavičić, J.; Alfrević, N.; Aleksić, Lj. Nav. dj. Str. 191.

⁷⁵ Usp. Isto. Str. 191-198.

⁷⁶ Usp. Kotler, P....[et al]. Nav. dj. Str. 727-730.

stanju (npr. ukazati na nužnost obnove, modernizacije informacijskih i komunikacijskih tehnologija ili proširenje prostora i sl.). Kvalitetnija komunikacija može se ostvariti ako je knjižničar i profesionalno i kao osoba uključen u javni život zajednice. U tom se slučaju mnoga poznanstva dogode spontano.⁷⁷

5.2. Komunikacija s korisnicima

Temeljne oblike i sposobnosti koje osoblje knjižnice mora imati navode *IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice*, a jedna od ključnih osobina je sposobnost pozitivnog komuniciranja s ljudima, korisnicima i kolegama.⁷⁸ Korisnici svoj prvi komunikacijski kontakt svakodnevno ostvaruju upravo s knjižničarima što često donosi pozitivno ili negativno iskustvo o usluzi i knjižnici bez obzira na proizvod. Ukoliko knjižnica nije usredotočena na korisnike, korisnici će imati loše, tj. negativno mišljenje o samoj knjižnici. To će negativno utjecati i na njihovu ponovnu posjetu. Ukoliko korisnik stekne pozitivno iskustvo s knjižničarom rado će se vraćati i pozitivno govoriti o knjižnici. Komunikacija s korisnicima je nešto intenzivnija tijekom određenih aktivnosti i događanja u knjižnici, stoga knjižničari imaju priliku da uče o korisnicima, postojećim ili potencijalnim, prilikom uspostave svakog kontakta. Uvažavanjem mišljenja korisnika knjižnica će korisnike pretvoriti u aktivnu podršku knjižnice i s time stjecati reputaciju.⁷⁹

Knjižnična se politika brige o korisnicima treba temeljiti na potrebama korisnika. To uključuje stalno usavršavanje osoblja za rad s korisnicima, korisnicima s posebnim potrebama, s etičkim manjinama i sl. Kako bi komunikacija bila što ugodnija i pozitivnija, osoblje uvijek mora biti pristojno, srdačno, odnositi se s poštovanjem i uslužno. U telefonskoj komunikaciji treba se ponašati prijateljski i uslužno. Korisnik bi trebao u najkraćem mogućem roku dobiti odgovor na mail i druge oblike komunikacije.⁸⁰

⁷⁷ Usp. Dukić, G.; Sopka, I. Nav. dj. Str. 20-21.

⁷⁸ Usp. Gill, P. Nav. dj. Str. 20-21.

⁷⁹ Usp. Dukić, G.; Sopka, I. Nav. dj. Str. 22-23.

⁸⁰ Usp. Narodna knjižnica. Nav.dj. Str. 30-31.

6. Primjeri dobre prakse

Primjeri dobre prakse teško su vidljive u malim sredinama, upravo zbog toga što te knjižnice često zbog nezainteresiranosti, nestručnog osoblja, nedostatkom osoblja ili pak iz financijskih razloga ne plasiraju svoje usluge prema široj javnosti. U sredinama u kojima vlada nestručno osoblje i ne informiranost ili nemotiviranost suradnje s lokalnom zajednicom je siromašna. Potreba za prepoznavanjem kretanja promjena u suvremenom društvu te neposrednom okruženju u kojemu knjižnice djeluju, rijetko tko prepoznaje kao budućnost opstanka kulturnog dobra. No, kako bi se ta situacija promijenila trebamo posegnuti prema inventivnosti i inovativnosti knjižnica, kako bi knjižnica u budućnosti opstala u društvu. Ukoliko se želi pružiti suvremene knjižnične usluge svojim lokalnim zajednicama, knjižnice trebaju voditi računa o stručnom obrazovanju i usavršavanju te o zapošljavanju novih mladih knjižničara i o novom pristupu korisnicima. Također, trebaju voditi računa i o uslugama prema novim korisničkim grupama, uzimajući u obzir specifičnosti svoje lokalne zajednice. Mladi knjižničari bi knjižnicama ponudili “svježe” inovativnosti, jer oni odrastaju s novom tehnologijom, dok knjižničar s dugogodišnjim iskustvom uvest će mlade knjižničare u svijet rada knjižnica.⁸¹

Dragija-Ivanović spominje i o osviještenosti ustanove za potrebe osoba koje su zbog bilo kojeg razloga isključene iz jednog dijela života zajednice, a koje često nazivamo i posebnim skupinama korisnika. Također, spominje utjecaj vrednovanja narodne knjižnice na lokalnu zajednicu, te navodi metode i pristupe vrednovanja lokalnih knjižnica. Kako su voditelji i ravnatelji knjižnica suočeni s problemom predstavljanja knjižnice u javnosti u svom radu ističe i priručnik *The Library's Contribution to Your Community: A Resource Manual*⁸² u izdanju Southern Ontario Library Service pomoću kojeg ravnatelji knjižnica mogu prikupiti podatke i pridonijeti razvoju zajednice.⁸³

U koliko bi htjeli da knjižnice budu suvremena trebali bi imati i dobro osmišljen strateški plan, unutar kojeg se djeluje. Taj plan treba dati doprinos u rješavanju društvenih problema, zalaganju i poboljšanju kvalitete života građana. Pri izradi tog plana mogu nam poslužiti primjeri dobre prakse, priručnici, standardi i smjernice.

⁸¹ Usp. Sabolović-Krajina, D. Inovativnost u knjižnicama – primjer prakse Knjižnice i čitaonice “Fran Galović” Koprivnica. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 58, 1/2(2015), str. 305-319.

⁸² The Library's contribution to your community : a resource manual. 2nd ed. Southern Ontario Library Service, 2007. Citirano prema: Dragija Ivanović, M. Vrednovanje utjecaja narodnih knjižnica na lokalnu zajednicu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 83-100. Dostupno i na URL: <http://www.hkdrustvo.hr/vbh/broj/106> (03.04.2016.)

⁸³ Usp. Dragija Ivanović, M. Nav. dj.

6.1. Iskustva njemačkih knjižnica

Nedostatkom mladih korisnika u Njemačkim narodnim knjižnicama, knjižnice su počele raditi na promjenama u radu same knjižnice kako bi privukle što više mladih. Istraživanjima se utvrdilo kako knjižnice nisu privlačne toj dobnoj skupini. U narodnim knjižnicama tradicionalno je postojala ponuda za djecu i mlade, tj. knjižnica za djecu i mladež. Ponuda literature je bila oskudna i samo pojedincima privlačna, te na taj način knjižnica je imala sve manju ulogu u provođenju slobodnog vremena mladih osoba. Osmišljavanjem novih usluga i ponuda za mlade bila je usmjerena prema interesima i ambicijama te dobe skupine. Ideje rada bile su: ostvarivanje novog prostornog koncepta, izgradnja opsežne ponude medija usmjerene prema slobodnom vremenu mladih korisnika (audiovizualne i elektroničke medije, popularne časopise i druga tiskana građa i sl.), uključivanje mladih korisnika u osmišljavanje i provedbu usluga. Na primjer Knjižnica za mlade u Dresdenu stavila je na raspolaganje široku paletu medija za školu, obrazovanje i slobodno vrijeme korisnicima između trinaest i dvadesetpet godina. Cilj široke palete bio je poticanje čitanja, korištenje medija, te podrška u davanju i korištenju informacija bilo kakve vrste. Također, imamo primjer knjižnica u Hamburgu i Rostocku gdje su mladi svoje želje napisali na zidne novine u knjižnici. Želje koje su izrazili bile su usmjerene više na nabavu videa, računalnih igrica i CD-a, jer za tiskane medije nije bilo nekog interesa. Knjižnica je u skladu tih želja i unutar postojećeg budžeta nabavljala građu. No, knjižničarka prije same nabave, zajedno sa zainteresiranim mladim korisnicima sastavljala je popis, te išla s njima u nabavu.⁸⁴

6.2. Iskustva hrvatskih knjižnica

Gradska knjižnica “*Jurja Šižgorić*” u Šibeniku smještena je u srcu grada. Dizajnom i arhitekturom privlači mnogo korisnika, a njen prostor zove na sudjelovanje sve građane na pripremljena događanja. Mnoge udruge i pojedinci predstavljaju svoje radove, održavaju tribine, predavanja i sl. Knjižnica je aktivna na mrežnim stranicama, društvenim mrežama što

⁸⁴ Usp. Schmitt, R. Knjižnice za mladež u Njemačkoj. // Nove usluge za korisnike narodnih knjižnica: njemačka iskustva. Zagreb: Knjižnica grada Zagreba; Goethe-Institut Zagreb, 2004. Str. 13-30.

daje i plasira lijepu profesionalnu sliku knjižnice. Također, najavljuje svoje događaje i mjesec dana unaprijed.⁸⁵

Gradska knjižnica Rijeka je na kreativan i inovativan način prikazala „*Zašto postati član knjižnice?*”⁸⁶ koja je s dobro osmišljenim marketinškim planom prikazala kako je danas u 21. stoljeću moderno biti članom knjižnice. Knjižnica koja nudi pregršt aktivnosti za svoje članove. Godišnja članarina u odjelima i ograncima je 50 kn, a kolektivna godišnja je 40 kn. Kako bi privukli nekorisnike u knjižnicu pokrenuta je i akcija u suradnji s Hrvatskim zavodom za zapošljavanje kojom nezaposlene osobe mogu ostvariti 50% povoljnije učlanjenje u knjižnicu, te postati redovni korisnici svih odjela i ogranka knjižnice. Što daje dobar primjer i ostalim knjižnicama u Republici Hrvatskoj. Gradska knjižnica Rijeka također je aktivna i na društvenim mrežama FaceBook, Twitter, Instagram i Vine koje omogućuju aktivno sudjelovanje svima u svijetu komunikacije.⁸⁷

Gradska knjižnica Zadar središte je regionalne zajednice. Knjižnica nastoji odgovoriti na potrebe i zahtjeve korisnika odabranim, stručno utemeljenim *in situ* i mrežnim uslugama. Potiče čitanje, pridonosi nepristranoj obaviještenosti građana, obrazovanju i bogaćenju kulturnog života svakog pojedinca u zajednici. Knjižnica uvažava načela iz Ustava Republike Hrvatske, Kopenhaške deklaracije o ulozi narodnih knjižnica u Europskoj Uniji, uvažava dokumente UNESCO-a i IFLA-e Manifesta za narodne knjižnice. Ona organizira brojna društvena događanja te često pomičući granice uloge knjižnice u društvu koja više nije mjesto iznajmljivanja knjiga i ostalih medija, nego je postala središte događanja i druženja. Knjižnica kroz suradnju s volonterima organizira besplatne tečajeve za osnove računalna za umirovljenike koji se kasnije nastavljaju i u neobaveznom druženju koristiti i zadržavati unutar knjižničnih prostora. Umirovljenici unutar *Wii&Mii* kluba za umirovljenike koriste glazbeni odjel i druge usluge knjižnice. Učenicima se omogućuju besplatne instrukcije slabijeg imovinskog statusa, a kućna dostava knjiga omogućena je osobama treće životne dobi i invalidima. Knjižnica svake godine organizira raznorazne programe i festivale, npr. „*Festivalom dječjih klapa*”, „*Zadar čita*”, „*Kinotekom*”, „*Morskim utorkom*” i dr. U knjižnicu stalno stižu najnovije knjige, organiziraju se brojna predavanja, gostovanja pisaca i ostala

⁸⁵ Usp. Gradska knjižnica “Jurja Šižgorić” Šibenik. URL: <http://www.knjiznica-sibenik.hr/> (22.03.2016.)

⁸⁶ Zašto postati članom knjižnice? // Gradska knjižnica Rijeka. URL: <http://gkr.hr/Vodic-za-korisnike/Zasto-postati-clan-knjiznice> (22.03.2016.)

⁸⁷ Usp. Gradska knjižnica Rijeka. URL: <http://gkr.hr/> (22.03.2016.)

događanja, a knjižničari su nasmiješeni i izuzetno ljubazni. Zapravo knjižnica iz godine u godinu osvaja sve veći broj korisnika, te postaje najboljim primjerom dobre prakse.⁸⁸

Knjižnica i čitaonica “*Fran Galović*” Koprivnica inovativna i kreativna knjižnica koja je poznata kako u Hrvatskoj tako i u inozemstvu. Dobila je nekoliko lokalnih priznanja za svoj rad i to za: *Plaketa Grada Koprivnice Knjižnici i čitaonici “Fran Galović” Koprivnica* za izuzetan doprinos na području kulture i provođenju projekata vezanih uz populariziranje knjige, čitanja i pismenosti (2006.) i *Zahvalnica Koprivničko-križevačke Županije Knjižnici i čitaonici “Fran Galović” Koprivnica* za razvoj Županije na kulturno-obrazovnom području (2009.), te nagrade i priznanja: *Nagrada Zaklade Dr. Ljerka Markić Čučuković* za poseban doprinos knjižničarskoj struci u 2009. za izobrazbu knjižničara za rad sa slijepim i slabovidnim osobama i sudjelovanje u međunarodnim programima (2010.). Zatim, nagrada *EIFL Public Library Innovation Programe (EIFL-PLIP) Innovation Award* za program potpore romskoj zajednici pomoću korištenja informacijsko-komunikacijske tehnologije “*Jump in the train for a better world*” (2013.), *Nacionalno priznanje Hrvatskoga knjižničarskog društva “Knjižnica godine”* za inovativan, kreativan i kvalitetan rad u 2013. godini, *Povelja Društva Naša djeca i Hrvatskog društva za preventivu i socijalnu pedijatriju* pod pokroviteljstvom Ureda UNICEF Hrvatska za uzorno provedenu Naj-akciju 2013. “*Male knjižnice u pedijatrijskim ordinacijama*” (2013.), *The 2014 American Library Association (ALA) Presidential Citation* for Innovative International Library Projects (2014.) za projekt “*In-house library training ogram supporting Roma people – the power of networking in local community*”, *Priznanje Udruge slijepih Koprivničko-križevačke županije* za sveukupni doprinos u poboljšanju kvalitete života osoba s oštećenjem vida i njihovo ravnopravno uključivanje i integraciju u svakodnevni život zajednice (2014.).⁸⁹ Tu su još i nagrade i priznanja knjižničara koji su doprinijeli razvoju knjižničarske struke i kulture. Strateškim planom i zadanim ciljevima u razdoblju od 2012. do 2015. godine (poticanje čitanja i pismenosti na tradicionalnim i suvremenim medijima, poticanje cjeloživotnog učenja djece, mladih i odraslih, poticanje i populariziranje korištenja suvremene informacijsko-komunikacijske tehnologije, podupiranje socijalne inkluzije ranjivih skupina građana, stvaranje adekvatnih prostornih i kadrovskih preduvjeta za društveno-komunikacijski višeslojnu knjižnicu 21. stoljeća) knjižnica je ostvarila 30,08% novih članova. Knjižnica je postigla više posjeta kako u tradicionalnom obliku tako i online, pa broji više posjeta na

⁸⁸ Usp. O gradskoj knjižnici Zadar : što je Gradska knjižnica Zadar? // Gradska knjižnica Zadar. URL: http://gkzd.hr/?q=hr/o_nama (29.03.2016.)

⁸⁹ Usp. Nagrade i priznanja knjižnici. // Knjižnica i čitaonica “Fran Galović” Koprivnica. URL: <http://www.knjiznica-koprivnica.hr/knjiznica/defaultcont.asp?id=25&n=2> (29.03.2016.)

mrežnim stranicama i društvenim mrežama.⁹⁰ Iz primjera Knjižnice i čitaonice “*Fran Galović*” možemo zaključiti kako dobro osmišljen strateškim plan i program može pridonijeti poboljšanju i unapređenju knjižnice, te time zadovoljiti i privući nove korisnike.

7. Unapređenje usluga

Kako bi stvorili novo korisničko društvo i na taj način povećali broj korisnika u svojoj knjižnici potreban je novi pristup prema korisnicima, prvenstveno se tu misli na nekorisnike. Aleksandra Horvat ističe u svom radu *Knjižnice u službi svoje zajednice*⁹¹, kako se tradicionalna knjižnica najviše brine za svoje korisnike, a nešto manje za povremene korisnike, a nikako za nekorisnike. Potrebno je, dakle mijenjati pristup i programe kako bi se zadovoljile te potrebe u zajednici.⁹² Knjižnica treba poticati jednakost svih građana. Način kako doprijeti do korisnika jedan je od pitanja koje si svaka knjižnica treba postaviti. Za početak je potrebno osmisliti i prokomentirati zajedno s potencijalnim korisnicima aktualne teme i događanja i sl., te na taj način razviti uslugu koja će zadovoljiti njihove potrebe. Kako bi se to postiglo knjižnica treba biti vidljiva i popularna.

Razmišljamo li o uslugama za korisnike, nameće nam se pitanje jesu li informacije cilj ili sredstvo.⁹³ No, živimo u informacijskom dobu gdje su nove tehnologije i mediji svakodnevno prisutni u životu korisnika, te su oni neizbježni dio cjeloživotnog učenja. Informacijska i komunikacijska tehnologija nam omogućuje prijenos i uporabu svih vrsta informacija, kao i onih za pretraživanje knjižne građe tradicionalnih knjižnica na udaljenim lokacijama. Knjižnica u lokalnoj zajednici trebala bi biti centar pristupa informacijama pa čak i onima koji ne mogu koristiti od kuće informacijsku i komunikacijsku infrastrukturu. Ta dostupnost mora biti omogućena svima kako bi se time smanjila socijalna nejednakost. Potrebe korisnika su različite i zavise o njihovoj dobi, spolu, obrazovanju, položaju u društvu i sl. Uloga suvremene knjižnice jest brinuti se o osiguravanju pristupa različitoj vrsti građe i

⁹⁰ Usp. Izvješće o radu Knjižnice i čitaonice “*Fran Galović*” Koprivnica u 2015. godini. URL:

http://www.knjiznica-koprivnica.hr/knjiznica/dokumenti/IZVJESCE_O_RADU_KNJIZNICE_U_2015_GODINI.pdf (29.03.2016.)

⁹¹ Horvat, A. Knjižnice u službi svoje zajednice. // Knjižnica. Nav. dj.

⁹² Usp. Isto. Str. 26-27.

⁹³ Usp. Sabljak, Lj. Uvod. // Nove usluge za korisnike narodnih knjižnica : njemačka iskustva. Zagreb : Knjižnica grada Zagreba ; Geoth-Institut Zagreb, 2004. Str. 10-11.

informacijama na raznim medijima.⁹⁴ Kako smo već spomenuli narodna knjižnica trebala bi podržavati cjeloživotno učenje, kao što smo vidjeli u dosadašnjim primjerima. Suradnja bi trebala biti jednaka i u malim i u velikim sredinama. Ujedno bi trebali surađivati sa školama i drugim obrazovnim ustanovama svih dobnih skupina. Knjižnica je dužna osigurati građu koja će podržavati pismenost i razvoj osnovnih životnih vještina te osigurati prostor za učenje onima koji nemaju za to uvjete kod kuće. Knjižničari trebaju imati širok videokrug potreba korisnika. Korisniku trebamo pružiti informacije vezane za njegov hobi i provođenje slobodnog vremena. Na taj način ohrabrujemo i razumijemo potrebe svojih korisnika, te ih podržavamo u kulturnom i umjetničkom razvoju. Narodne knjižnice kao kulturno središte i kao informacijska točke lokalne zajednice, su mjesto susreta za građane svih dobnih i socijalnih struktura.⁹⁵

7.1. Programi poticanja čitanja

Programi poticanja čitanja uključuju „*pismenost, koja uključuje sposobnost čitanja i razumijevanja punog značenja obavijesti i na tome zasnovanog oblikovanja mišljenja, ključni je čimbenik u aktivnom sudjelovanju pojedinca u društvu.*”⁹⁶ Bez obzira što poruka mijenja oblik medija, čitanje je vještina koja ne poznaje granice. O važnosti čitanja govore i IFLA-ine *Smjernice za knjižnične usluge za mladež*⁹⁷, a prema *IFLA-inim i UNESCO-ovim smjernicama za razvoj službi i usluga* zadaća narodnih knjižnica je stvaranje i jačanje čitateljskih navika kod djece od rane dobi.⁹⁸

O važnosti poticanja čitanja prepoznali su i Ministarstvo kulture te Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta koji su zbog pada interesa za knjigu i čitanje, te kako u Hrvatskoj do sada nije postojala strategija razvoja kulture čitanja i pismenosti, izraditi strateški dokument koji će povezati i uskladiti djelovanje svih čimbenika u lancu od autora,

⁹⁴ Usp. Horvat, A. Uključivanje u društvo : što može učiniti knjižnica? // Slobodan pristup informacijama. Nav. dj. Str. 101-103.

⁹⁵ Usp. Indir, I. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 124-132. Dostupno i na URL: <http://www.hkdrustvo.hr/vbh/broj/106> (03.04.2016.)

⁹⁶ Sabolović-Krajina, D. Čitanje – sposobnost nužna u svim medijima. // Mladi i čitanje u multimedijalnom okruženju : zbornik radova / Međunarodni stručni skup, Koprivnica, 20. veljače 1998. / uredila Ivanka Stričević. Koprivnica : Hrvatsko čitateljsko društvo, 1999. Str. 5.

⁹⁷ Smjernice za knjižnične usluge za mladež : prerađeno izdanje Smjernica koje je 1996. objavio Stalni odbor Sekcije knjižnica za djecu i mladež / priređivači Pat Muller i Ivan Chew ; Web 2.0 i knjižnične usluge za mladež : uvod za knjižničare / priredio Ivan Chew. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2009.

⁹⁸ Usp. Narodna knjižnica. Nav. dj. Str. 76.

preko knjige do čitatelja. Cilj dokumenta, tj. *Prijedloga nacionalne strategije poticanja čitanja (2015.–2020.)*⁹⁹ je stvoriti okvir za konkretno djelovanje na svim razinama, od nacionalne do lokalne i institucijske razine, kako bi se osigurali uvjeti za razvoj čitatelja od najranije dobi. Osposobljavanje čitatelja za čitanje različitih tipova književnih i neknjiževnih tekstova u različitim formatima, osnaživanje kritičkog čitanja, te posebne mjere uključuju brigu za hrvatsku književnost i autore, za razvoj i primjenu mehanizama praćenja čitatelja i nečitatelja, te za poduzimanje djelotvornih koraka za razvoj kulture čitanja u Republici Hrvatskoj.¹⁰⁰ Strateškim ciljevima se nastoji povećati kultura čitanja stoga program poticanja čitanja promiču se između ostaloga pismenost i čitanje iz užitka. „Kvalitetan program promicanja primjerenih aktivnosti može utjecati na čitalačke navike djece kako bi poboljšala čitalačku tehniku, usvojila poštovanje i pozitivan odnos prema knjizi i prenijela te stavove obitelji.”¹⁰¹ No, knjižnice svojim programima već nastoje što više privući djecu od najranije dobi na korištenje njihovih usluga. Iz primjera projekata za promicanje čitanja i primjera dobre prakse vidimo kako to rade pojedine knjižnice. Primjeri projekata su: Nacionalna kampanja “Čitaj mi!”, “Mjesec hrvatske knjige”, “Noć knjige”, “Ruksak pun kulture”, “Nacionalni kviz za poticanje čitanja”, “Čitamo mi, u obitelji svi”, “Tulum slova”, “Zadar čita”, “Knjige za bebe”, “AMORES – CARNetov EU projekt za poticanje ljubavi učenika prema čitanju” i “Biblioterapija”.¹⁰²

7.2. Informacijska pismenost

Nove informacijske tehnologije omogućile su novi način stvaranja, korištenja i traženja informacija. Narodna knjižnica oduvijek je imala ključnu ulogu u pružanju informacijskih usluga. Ovdje svakako treba staviti naglasak na izvore s interneta s obzirom da je velika količina informacija dostupnih na internetu različite kvalitete. Ključna uloga knjižničara je usmjeravati korisnike na relevantne informacijske izvore, koristeći se novim tehnološkim mogućnostima. Pa tako knjižnice počinju pružati usluge koje postaju virtualno

⁹⁹ Prijedloga nacionalne strategije poticanja čitanja (2015–2020.). URL: <http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/JAVNA%20RASPRAVA/M%20%C5%A0%20%20PRIJEDLOG%20NSP%C4%8C%20-%20prije%20slanja%20na%20javnu%20raspravu%20-%20kopija%2022%204%202015%20%20%282%29.pdf> (03.04.2016.)

¹⁰⁰ Usp. Isto.

¹⁰¹ Dragija Ivanović, M. Nav. dj. Str. 86.

¹⁰² Usp. Projekti poticanja čitanja. // Hrvatsko čitateljsko društvo. URL: <http://hcd.hr/poveznice/projekti-poticanja-citanja/> (03.04.2016.)

središte zajednice. Za korištenje virtualne usluge knjižnice nije nužno biti njezinim članom. Razvojem mrežnih stranica, društvenih mreža, omogućeno je korisnicima korištenje online usluga neovisno o radnom vremenu knjižnice, što podrazumijeva korištenje i pristup na daljinu 24 sata, 7 dana u tjednu. Pristup elektroničkoj, računalnoj i audiovizualnoj opremi u knjižnici uključuje i osobna računala s pristupom na internetu, javno dostupne kataloge, ali i bežični wi-fi pristup.¹⁰³ Također, ovaj način korištenja usluga knjižnice omogućuju sudjelovanje korisnika u stvaranju sadržaja na mrežnim stranicama knjižnice, ali i individualno usavršavanje. No, za takav način rada od knjižničara se zahtjeva dobro poznavanje tehnologije i mogućnosti usluge koje pružaju usluge web 2.0.

7.3. Obrazovanje korisnika

Razvojem novih tehnologija, te brzom razvoju i širenjem interneta knjižnice doživljavaju velike promjene u pristupu informacijama. Informacijske tehnologije omogućile su novi način pretraživanja, obrade informacija i korištenja usvojenog znanja. Samim tim razvojem dolazi i do promjena u načinu pružanja knjižnične usluge korisnicima. Tradicionalni način obrazovanja korisnika obuhvaća upoznavanje korisnika s prostorom, građom, uslugama i programima koje knjižnica nudi, a danas obrazovanje uz pomoć tehnologija zahtjeva i vještinu pretraživanja, vrednovanje i obradu informacija. Kako bi knjižničar mogao pružiti što kvalitetniju uslugu i zadovoljiti potrebe korisnika za traženom informacijom mora se usmjeriti na snalaženje u hijerarhijski organiziranim temama, razumijevanju i korištenju Booleove logike, korištenju različitih strategija pretraživanja te selekciji i vrednovanju dobivenih rezultata. Knjižnica svoje korisnika može obrazovati u prostorima same knjižnice ili putem virtualnih usluga. U prostoru knjižnice korisnike obrazujemo na više načina. Jedan od načina je da organiziramo radionica za grupe korisnika, dok je drugi način individualno obrazovanje. Mrežne stranice pak knjižnica mogu sadržavati virtualne usluge namijenjene obrazovanju korisnika i to: savjetima za pretraživanje kataloga, interneta, korištenjem usluga elektroničke pošte, poveznica na kvalitetne sadržaje i sl. Također, od knjižničara se očekuje da ukaže i nauči korisnike vrednovati sadržaje mrežnih stranica, te kako koristiti sadržaje i poštivati autorska prava.¹⁰⁴

¹⁰³ Usp. Stropnik, A. Nav. dj. Str. 23-29.

¹⁰⁴ Usp. Isto. Str. 49-50.

8. Knjižnica i čitaonica Gračac

Knjižnica i čitaonica Gračac je mala lokalna knjižnica koja je osnovana davne 1980. godine pri Centru za kulturu, a s radom počela je tek 1983. godine. Nakon Domovinskog rata Knjižnica i čitaonica Gračac je obnovljena i osniva se kao samostalna ustanova uz financijsku pomoć Ministarstva kulture Republike Hrvatske, Zadarske županije i Općine Gračac te uz stručnu pomoć Gradske knjižnice Zadar. 2001. godine obnovljen je i opremljen prostor, nabavljena knjižna građa i zaposlen jedan diplomirani knjižničar. Na zgradi se nalazi kamena ploča s imenom knjižnice. Prilaz knjižnici je uređen tako da bude dostupa i prikladan za osobe s kolicima (invalidima i majkama s dječjim kolicima). Ono što nedostaje jesu putokazi po gradu o postojanju knjižnice i u kojem smjeru je potražiti.

Danas je situacija nešto drugačija što se tiče radnih mjesta i raspodjele poslova. U knjižnici je zaposlena spremačica, pomoćna knjižničarka i ravnatelj.

Prema *Standardima za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj*, navode se parametri vrijednosti broja stručnog osoblja za potrebnu strukturu knjižnice gdje se na svakih 5 000 stanovnika zapošljava 1 diplomirani knjižničar i 1 pomoćni knjižničar. Prema broju posuđenih jedinica 10 000, gdje se predviđa 1 diplomirani knjižničar ili knjižničar na svakih 6 000 jedinica u fondu odnosno najmanje 300-500 upisanih članova. No prema istraživanju koje je provela Dragija Ivanović i Radman na području Zadarske županije u 2012. godini samo u jednoj knjižnici nije slučaj da radi diplomirani knjižničar, gledajući Zakonske parametre. Naime upravo se tu radi o Knjižnici i čitaonici Gračac, gdje su zaposlene ukupno 3 osobe, a samo je jedna stručna osoba prema stručnim knjižničarskim zvanjima i to pomoćni knjižničar.¹⁰⁵ Ovdje se sad nameće pitanje može li knjižnica kvalitetno poslovati?

Prema tim istim standardima knjižnično stručno osoblje dužno je stručno se obrazovati i usavršavati. Naime, na sva ta stručna usavršavanja na koje knjižnica dobije poziv od matične službe ide samo ravnatelj, bez da ustupi koji put mjesto i pomoćnom knjižničaru koji većinu svog radnog vremena radi na građi i s korisnicima. Što bi moglo poboljšati kvalitetu rada i pružanja usluga. Također, sama bit tih usavršavanja jeste upravo u tome da se nešto poduzme i u našoj lokalnoj zajednici.

Knjižnica raspolaže prostorom od 160 m² koji je raspoređen na dječji dio i dio za odrasle, te dijelom prostora za čitanje i druženje. Knjižnica danas raspolaže s 16 837

¹⁰⁵ Usp. Dragija Ivanović, M.; Radman, N. Specifičnosti poslovanja narodnih knjižnica u ruralnim sredinama. // Narodne knjižnice kao treći prostor: zbornik radova: 9. savjetovanje za narodne knjižnice u RH. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica Zagreb, 2015. Str. 235-252.

knjižnične građe (knjige (beletristika i nebeletristika), referentna građa, periodičke publikacije, zavičajna građa, građa na ćirilicnom pismu), koja neprestano raste. Na sastav fonda odražava se i obrazovna uloga, koju knjižnica ima u zajednici tako da knjižnica nadopunjuje školsku knjižnicu i lektirne naslova, ali služi i kao referentna točka svima. U knjižnici su ponuđena dva dječja časopisa: “*Modra lasta*” i “*Smib*”, a za odrasle dnevne novine “*24 sata*”. U knjižnici ne postoje pisane smjernice za izgradnju i nabavu građe, ali se kod kupnje vodi računa o potrebama pojedinih skupina u zajednici. Kod nabave novih naslova vodi se računa, prvenstvo, da se nabave aktualni i popularni naslovi barem u jednom primjerku, kako bi se pokrio što veći broj naslova i zadovoljila što veća potreba čitatelja. Sva građa se nalazi u otvorenom pristupu i u dobrom je fizičkom stanju. Prvenstveno zbog toga što je knjižnica stara svega 15-ak godina. Revizija u knjižnici nikad nije napravljena, iako prema *Pravilniku o reviziji i otpisu građe*¹⁰⁶ je trebala biti napravljena.

Za orijentaciju po knjižnici izrađene su oznake prema stručnim standardima. Osnovna sastavnica za stvaranje ambijenta tihi je prostor za učenje, te prostor za sastajanje skupina (sve ovisno o vrsti odjela, događanja i sl.).

Knjižnica redovito priređuje književne susrete i popularna predavanja te obilježava značajne godišnjice (Marijan Matijević i Nikola Tesla). Veliku pažnju posvećuje aktivnosti promocije čitanja pri čemu aktivno surađuje sa svim odgojno-obrazovnim institucijama u općini (dječji vrtić, osnovna i srednja škola). Posljednjih godina knjižnica se pridružila i sudjeluje u manifestaciji promicanja čitanja “*Zadar čita*” pod nazivom “*Gračac čita*”. Tijekom manifestacije “*Mjesec hrvatske knjige*” priređuju se događanja (radionice, predavanja, nacionalni kviz za poticanje čitanja), uglavnom za školsku djecu. Jednom do dvaput godišnje knjižnica organizira posjet djece iz vrtića i tom se prilikom djeca upoznaju s knjižnicom, s dječjim odjelom te im se nudi mogućnost da provedu slobodno vrijeme u čitanju ili igranju. Zbog nedovoljno stručnog kadra u knjižnici se ne čitaju priče niti rade radionice prilikom posjeta knjižnici, osim ako za to nisu raspoloženi korisnici (u ovom slučaju tete iz vrtića).

Radno vrijeme knjižnice je ponedjeljak, srijeda, petak od 8:00 do 15:00 sati, utorak, četvrtak od 10:00 do 17:00 sati, prve dvije subote u mjesecu su od 8:00 do 12:00 sati. Knjižnica ima i ljetno radno vrijeme od ponedjeljka do petka od 8:00 do 15:00 sati.

¹⁰⁶ Pravilnik o reviziji i otpisu knjižnične građe. URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/308262.html> (03.04.2016.)

Iako se radno vrijeme knjižnice u 2012. godini promijenilo, ono još uvijek nije prema potrebama i željama korisnika. Kako u knjižnici radi dvoje zaposlenih (pomoćni knjižničar i ravnatelj, ne računajući spremačicu) knjižnica se može organizirati i raditi u dvije smjene. Problem nam stvara i radno vrijeme ljeti, jer ono ni tada ne zadovoljava potrebe svih dobnih skupina u lokalnoj zajednici. Upravo zbog toga što korisnici knjižnice imaju drugačija očekivanja i potrebe te im treba osigurati pristupačnost s radnim vremenom knjižnice (onima koji žive, rade ili se školuju u zajednici), a i osigurati besplatan pristup internetu. No, ipak je iskorak napravljen te je knjižnica otvorena za korisnike i subotom.

Naime, za korištenje interneta u knjižnici korisnici trebaju platiti 10 kn za sat vremena. Članarina je 30 kn za školsku djecu, a za odrasle je 50 kn godišnje. Knjižnica trenutno ima 223 učlanjenih članova, što je jako mali broj za razliku od upisanih učenika u osnovnu i srednju školu, te broju stanovnika u samom Gračacu (prema zadnjem popisu stanovništva 2011. godine taj broj je 3.063¹⁰⁷).

Poslovanje knjižnice je jednim dijelom informatizirano. Knjižnica ima računalni katalog CROLIST pomoću kojeg se uvode knjige, ali ne i posuđuju (zbog nedostatka barkodova i tehničke opreme). Zbog ne mogućnosti praćenja građe, zakasnina u knjižnici se ne naplaćuje. Također, je nemoguće pratiti statistiku o broju i strukturi korisnika te podaci o broju i strukturi posuđene knjižnične građe, kao ni o broju primjeraka istog naslova.

Knjižnica se pridružila društvenoj mreži 2012. godine izradivši profil na mrežnoj stranici FaceBook. Izradom profila knjižnica je privukla znatan broj korisnika, ali i nekorisnika (gledajući broj učlanjenih korisnika, tj. 223 i broj korisnika koji prate knjižnicu je 343¹⁰⁸). Na stranici se nalazi i online katalog što korisnicima omogućuje pretraživanje bez fizičkog dolaska u knjižnicu. Studenti su u sklopu projekta¹⁰⁹ približiti mještanima samu knjižnicu i vrijednosti koje ona nudi, te pokazali zaposlenicima kako promocija knjižnice može biti i financijski neovisna o proračunu, te kako malo vremena oduzima objava događanja. No, nakon završetka projekta mrežna stranica je postala neaktivna.

Knjižnica je izradila i mrežnu stranicu 2015. godine u sklopu projekta Nacionalne i sveučilišne knjižnice *Središnji sustav narodnih knjižnica*¹¹⁰ koji je moderan i fleksibilan te daje mogućnost predstavljanja knjižnice na web-u. No, mali broj korisnika zna da ova web stranica i postoji. Naime, stranica je neaktivna i sadrži podatke i događanja koja su prošla, a

¹⁰⁷ Usp. Gračac. // Wikipedija. URL: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Gra%C4%8Dac> (30.03.2016.)

¹⁰⁸ Usp. FaceBook stranica Knjižnice i čitaonice Gračac. URL: <https://www.facebook.com/Knji%C5%BEnica-i-%C4%8Ditaonica-Gra%C4%8Dac-260103430733954/> (30.03.2016.)

¹⁰⁹ Nešto više o projektu u odlomku *Projekt studenata bibliotekarstva*.

¹¹⁰ Središnji sustav narodnih knjižnica. URL: <http://knjiznice.nsk.hr/> (29.03.2016.)

nema budućih koji bi korisnike informirali o događajima u kojima mogu sudjelovati. Također, knjižnica je tijekom godina mijenjala svoju mail adresu, koja na ovoj stranici nije točna. Knjižnica nije stavila ni logo knjižnice, a ni link na katalog knjižnice što govori o nedostatku stručnog znanja i kadra, te volje da web stranica i zaživi.¹¹¹

Prema *Standardima za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj*, Knjižnica i čitaonica Gračac spada prema broju stanovnika u VII. tip knjižnica koja po tim standardima mora nabavljati minimalno tri knjige po stanovniku. Što knjižnica i ispunjava. Također knjižničnom građom narodne knjižnice smatraju se i igre, igračke i sl., ako su dio knjižničkog fonda prema zakonima što lokalna knjižnica i ima u svom posjedovanju. Ta građa je djelom nabavljena, a dijelom dobivena na dar. Ta građe nije katalogizirana i jako mali broj korisnika zna za tu građu. Ona se često daje na korištenje samo vrtićkoj djeci (jednom godišnje) kada dođu u obilazak knjižnice (igračke stoje u ormaru, koji je smješten na odraslom odjelu).

U ovoj lokalnoj zajednici knjižnica bi trebala ispunjavati ulogu kulturnog središta i postati *“treći prostor korisnika”*¹¹². Upravo zato što u ovakvoj sredini i u ovoj lokalnoj zajednici imamo veliki nedostatak kulturnih, rekreativnih, sportskih i obrazovnih sadržaja. Knjižnica bi tu odigrala značajnu ulogu, ne samo onu obrazovnu već i onu u osiguravanju prostora za programe i manifestacije koje se mogu organizirati zajedno s lokalnom zajednicom.

8.1. Projekt studenata bibliotekarstva

Projekt studenata bibliotekarstva je bio u sklopu kolegija *Društveno korisno učenje u informacijskim znanostima* u zimskom semestru ak. god. 2014/2015. na Odsjeku za Informacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Naziv projekta bio je *Unapređenje i promocija usluga male knjižnice*. Klegice su odabrale Knjižnicu i čitaonicu Gračac. Ciljevi projekta bili su: uspostaviti suradnju s Knjižnicom i čitaonicom Gračac, osmisliti i realizirati novi identitet knjižnice, osmisliti nove usluge, osvijestiti važnost knjižnice kao izvora znanja i informacija, promovirati usluge i aktivnosti. Na projektu su sudjelovali studenti 5. godine bibliotekarstva Patricija Lakotić, Katarina Škrabo i moja malenkost Margareta (Petrov) Rihtarić.

¹¹¹ Usp. Knjižnica i čitaonica Gračac. // Središnji sustav narodnih knjižnica. URL: <http://knjiznice.nsk.hr/gracac/> (29.03.2016.)

¹¹² O knjižnicama kako trećem prostoru danas se jako puno govori.

Kako posjedujemo različita informatička znanja koja se mogu primijeniti na različitim zadacima, počevši od izrade web stranica, prijevoda web stranica na strani jezik, izrade biltena, brošura, pripreme publikacija za tisak, računalne obrada fotografija, obrade slika, grafičkog dizajna memoranduma, pozivnica, posjetnica, izrade baza podataka, izrade logotipa, rada s animacijama sve do poduke osoblja institucije za rad u određenim programima i sa potrebnim softverom (tipa: izrada baza podataka, održavanje/ažuriranje baza podataka, korištenje elektroničke pošte, otvaranje i korištenje e-mail računa, rad u Office programima, itd). Odlučile smo neka od tih znanja i primijeniti i na ovom projektu.

Projektom se doprinijelo unapređenju struke u lokalnoj zajednici, te približilo mještanima samu knjižnicu i vrijednosti koje ona nudi. Povećao se broj aktivnih korisnika te je tako knjižnica dobila na značaju. Za knjižnicu se osmislio loga (kako bi knjižnica bila prepoznatljiva), dizajn članske iskaznice, promocija putem Facebooka, te osmišljavanjem novih događanja i usluga kako bi knjižnica postala središte događanja lokalne zajednice. Tokom projekta provedeno je anketno istraživanje korisnika u knjižnici, osnovnoj školi (dva razreda) te putem FaceBook stranice. Anketa je bila dostupna tri tjedna. Broj ispunjenih anketa je 48 prema kojem smo dobili rezultate (prilog 1. Rezultati ankete o kvaliteti rada Knjižnice i čitaonice Gračac). Prema tim rezultatima radila se promocija čitanja i preporuka knjiga u tradicionalnom, ali online obliku, napravila se je brošura o knjižnici, promoviran je knjižnični katalog na društvenoj stranici, najavljivala buduća događanja i sl.¹¹³

8.2. Smjernice za buduće projekte

Iscrpnim pregledom literature o narodnim knjižnicama dolazimo do zaključka kako je knjižnica na području lokalne zajednice od iznimne važnosti za tu zajednicu. Glavni cilj i uloga joj je zadovoljavanje potreba korisnika, ali i nekorisnika knjižnice. Knjižnica i čitaonica Gračac trebala bi utvrditi i usvojiti pisane smjernice politike nabave kojima će odrediti svoju ulogu u pridobivanju javne potpore za knjižničnu službu. Prema *Okviru smjernica za izradu pisane politike nabave građe i izgradnje zbirke u narodnim knjižnicama*¹¹⁴ te prema *Zakonu o knjižnicama* pomoću kojeg svaka knjižnica može napisati svoje smjernice nabave prema svojim potrebama. Te smjernice bile bi dobre da su vidljive, kako bi korisnici znali što

¹¹³ Usp. Knjižnica i čitaonica Gračac: unapređenje i promocija usluga male knjižnice. URL: <https://prezi.com/nftw415knsuf/copy-of-knjiznica-i-citaonica-gracac/> (31.03.2016.)

¹¹⁴ Okvir smjernica za izradu pisane politike nabave građe i izgradnje zbirke u narodnim knjižnicama. URL: <http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/11/smjernice-za-nabavu.pdf> (30.03.2016.)

knjižnica ima u planu za tekuću godinu. Ukoliko je javnost dobro informirana, može pružiti znatnu podršku knjižnici, te je aktivno promicati u zajednici. Korisnici koji imaju pozitivno mišljenje o uslugama i knjižnici najbolje je marketinško sredstvo promicanja knjižnice.

IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice daju smjernice na koji način najučinkovitije promovirati i sudjelovati u životu zajednice. Jedna od najučinkovitijih promotivnih strategija je dobro obaviješteno osoblje i članovi koji promoviraju o aktivnostima zajednice. Primjeri smjernica su: predstavljanje knjiga i upoznavanje s aktivnostima na radiju i televiziji, suradnja s udrugama za dječju književnost i književnost za odrasle i drugim kulturnim udrugama, pisanje novinskih članaka, podupiranje kampanja za promicanje pismenosti, čitanja, sudjelovanje u aktivnostima lokalnih organizacija, podupiranje školskih inicijativa, sudjelovanje u društvima koja se bave poviješću i genealogijom mjesta i posjećivanje lokalnih organizacija radi promidžbe knjižnične službe.¹¹⁵ Također, možemo se voditi i primjerima i iskustvima drugih knjižnica. Prilagodimo li primjere dobre prakse prema našoj zajednici možemo poboljšati knjižnicu. Naravno kako bi sve to bilo u sklopu potreba nekorisnika i korisnika, mladih i starijih, neophodno je uključivanje takvih korisnika u osmišljavanje i provedbu ponuda i usluga, izrada i mogućnosti sudjelovanja korisnika. Također, o svim događanjima u knjižnici neophodno je obavještavati pismenim putem, regionalnim i lokalnim medijima, poput dnevnih novina, plakata, različitih radio postaja, lokalnih mrežnih stranica i sl. kako bi se ta događanja i popratila.

Potrebno je također voditi računa o raspodjeli proračunskog novca na stvarne potrebe korisnika, koje naravno treba konstantno preispitivati. Drugim riječima rečeno, trebali bi učiniti najbolje što možemo s onim čime raspolažemo, jer nam to pruža dovoljno mjesta za poboljšanja, te na temelju tih rezultata tražiti daljnje financiranje. Uzmimo primjer nabave časopisa u Knjižnici i čitaonici Gračac, koji se godišnjom preplatom pretplaćuje na dnevne novine “24 sata”, dječji časopis “Smib” i “Modra lasta” koji se jako malo čita. Kad bi se ti novci preusmjerili npr. dnevne novine “Zadarski list” koji se ne može kupiti na kiosku u Gračacu i niti jednoj drugoj trgovini, a često ima članaka koji se tiču i ove lokalne zajednice (razni natječaji, članci o knjižnici, lokalnoj upravi i sl.), te na časopise za mladež “Ok” i “Teed” i dr. koji često mladi traže, povećao bi se broj aktivnih korisnika, ali i privukli mladi da svoje slobodno vrijeme provode u knjižnici. Samo usmjerenjem sredstava na ono što korisnici trebaju i traže je jedan način privlačenja i nekorisnika u knjižnicu.

¹¹⁵ Usp. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Nav. dj. Str. 103.

Kako bi se knjižnica djelotvorno organizirala i pružila stručnu razinu poslovanja, za djelotvornost je potreban iskusan, prilagodljiv i dobro educiran ravnatelj, te osoblje, koje je sposobno u svome radu koristiti niz upravljačkih vještina i tehnika. Ravnatelj bi trebao biti vješt u vođenju, upravljanju, stvarati i održavati veze s drugim organizacijama i ustanovama. Mora biti vješt u pregovaranju i upravljanju s proračunom, te koristiti marketinška znanja i tehnike u promoviranju službi i usluga.

Gledajući današnje stanje knjižnice ravnatelj knjižnice bi trebao povećati marketinške i promotivne aktivnosti upoznavanja građana s djelovanjem narodnih knjižnica i njenim ulogama, potičući na taj način čitateljske, kulturne i obrazovne navike, informatičku pismenost i sl. Kreiranjem što boljeg imagea i odnosa s javnošću, povećanju broja korisnika, sve su to elementi koji pridonose prepoznatljivosti knjižnice. Također, potrebno je nastojati povećati financiranje knjižnice aktivnim lobiranjem kod predstavnika vlasti i potencijalnih sponzora. Razvijanje suradnje s drugim narodnim knjižnicama na nacionalnom i međunarodnom planu, suradnjom sa školama, vrtićima, turističkom zajednicom, udrugama koje djeluju na području općine Gračac. Ne možemo reći da se već jednim djelom ne surađuje s pojedinim ustanovama, ali smatram da je to nedovoljno za lokalnu zajednicu gdje je lako ostvariti kontakte, budući da se svi međusobno poznaju.

Ono što se može ponuditi od usluga koje korisnicima omogućuje samostalno pretraživanje, je staviti korisnicima katalog na raspolaganje, tj. elektronički katalog u knjižnici ali i na mrežnim stranicama. Također, omogućiti besplatan pristup internetu kao i osposobiti osoblje za pružanje pomoći u pretraživanju, ali i za edukaciju korisnika. Nedostupnost baze podataka jedan je od problema koje treba rješavati. Od iznimne je važnosti da knjižnica u jednoj lokalnoj zajednici omogući pristup bazama podataka i uputi korisnike na pretraživanje. Nedostatkom dovoljnog broja građe i potrebne stručne literature korisnika se uvijek može uputiti na elektroničke izvore i na taj način mu omogućiti stručno usavršavanje i cjeloživotno učenje. Knjižničnu građu uglavnom čine knjige, dok su periodika i nekonvencionalna građa (CD, CD-ROM-ovi, audio i video građa, igračke) zastupljena u vrlo malom broju, koja se ne može posuditi van knjižnice. Također, gledajući rezultate istraživanja studenata (prilog 1.), jest da je to istraživanje pokrilo tek mali broj ispitanika, ali i dovoljan da se nešto poduzme po pitanju mijenjanja navika poslovanja. Uvođenjem novih usluga za djecu i mladež, koje bi se provodile jednom tjedno ili jednom mjesečno potrebo je zapošljavanje stručnog kadra ili agažmani volontera. Kvaliteta usluga ne ovisi samo o fondu knjižnice već i o kadru koji pruža informaciju. Stoga je od iznimne važnosti omogućiti kadrovski razvoj i zapošljavanje stručnih osoba za rad u knjižnici. Održavanjem zavičajne zbirke, održavanjem

izložaba, pričanjem priča, izdavačkom djelatnošću djela zanimljivih lokalnoj zajednici i razvijanjem intelektualnih programa o mjesnim temama, privukli bi više potencijalnih korisnika.

Poslovanje knjižnice može biti djelotvornije, jednostavnije korištenjem mrežnih stranica, a samim time blisko i samim korisnicima, poslovnim partnerima, udrugama i sl. U knjižnici bi se na vrijeme obavijestilo korisnike o budućim događanjima i time bi korisnost usluga bila veća.

Zaključak

Narodnu knjižnicu osniva, podržava i financira određena zajednica putem lokalne, regionalne ili nacionalne vlasti radi kulturnog razvitka pojedinca i društvenih skupina. Ona je prema *IFLA-inim i UNESCO-ovim Manifestu za narodne knjižnice* lokalno središte zajednice. Kako bi opravdala taj naziv mora osnovati uvijete za osnovne uvijete za cjeloživotno učenje, neovisno odlučivanje i kulturni razvitak pojedinca i društvenih skupina. Prema tome ona je na raspolaganju svim članovima zajednice bez obzira na njihovu rasu, nacionalnost, dob, spol, religiju, jezik, invaliditet, ekonomski i radni status, te obrazovanje. No, kako bismo korisnike zaintrigirali za korištenje knjižnice i time ispunili njihova očekivanja, moramo im ponuditi što raznovrsnije i bogatije sadržaje, vodeći računa o kvaliteti i stručnosti knjižničnih službi, usluga i aktivnosti. Važna je i suradnja knjižnice s ostalim ustanovama u zajednici, bilo suradnjom na projektima, međusobnim razmjenama zamisli i iskustava, bilo obrazovnim programima i raznovrsnim aktivnostima. Kako bi o svojim uslugama i radu knjižnice informirali lokalnu zajednicu bitna nam je i marketinška promidžba izvan knjižnice kako bi predstavili svoj rad i usluge korisnicima, ali i nekorisnicima te samim time pokušati zadovoljiti potrebe svih. No, izradom kvalitetnih programa, usluga, događanja, manifestacija s ciljem umjeravanja programa na ciljane skupine. Upravo zbog toga što usluge koje namijenimo svima, nismo namijenili nikome, jer nitko ne dobiva ono što želi, treba. Izradom strategije razvoja knjižnice, te njene nabavne politike prema potrebama korisnika unaprijedili bi poslovanje knjižnice. Knjižnica svojim djelovanjem može pridobiti korisnike tako da korisnici sami prepoznaju knjižnicu kao mjesto okupljanja, dolaziti će u interakciju, stjecati različita iskustva, poticati rasprave i razmjenjivati ideje. Samo na taj način knjižnica će biti središte kulturnog zbivanja zajednice koje je namijenjeno svima bez obzira na dob, spol, rasu, vjeroispovijest, stupanj obrazovanja i sl.

Knjižnica i čitaonica Gračac ima važnu lokalnu, društvenu ulogu upravo zbog toga što u mjestu ima malo mjesta na kojima se ljudi susreću, knjižnica bi trebala biti javni prostor i mjesto okupljanja kako to naglašavaju i IFLA-ine smjernice. Stoga je potrebno raditi i napraviti da knjižnica postane "*dnevnom sobom zajednice*". Smatram da knjižnica nedovoljno pridonosi stvaranju i održavanju obavještajnog i demokratskog društva te samim time nedovoljno omogućava ljudima obogaćivanje i razvijanje osobnog života, ali i života njihove zajednice. Knjižnica treba promjenu u radu. Upravo zbog toga što danas u 21. stoljeću potrebe korisnika postaju sve raznolikije, a društvene i gospodarske promjene utječu na ubrzano

mijenjanje njihovih očekivanja. Zbog toga knjižnica bi trebala težiti ka zadovoljavanju potreba neposrednih korisnika. Pritom je jasno da knjižnične usluge moraju u što većoj mjeri biti dostupne i internetom. Omogućiti korištenje i distribuiranje svih informacijskih resursa onima koji ih trebaju onda kada ih trebaju, jer korisnicima su potrebne sve aktualnije informacije. Korištenjem i neprestanim ažuriranjem informacija, obavijesti na web stranici knjižnice i društvenoj mreži FaceBook smatram da bi i odaziv i interes korisnika za neku uslugu, manifestaciju, tribinu i sl. bio veći. Samim time korisnost knjižnice bi se povećala.

Naglasak treba staviti na oblikovanju i održavanju kulturnog identiteta zajednice, a djelatnost mora biti usmjerena na zadovoljavanje kulturnih i obrazovnih potreba lokalne zajednice, čime pridonosi kvaliteti života te iste zajednice. Drugim riječima, traži se da knjižnica promatra cjelokupno stanovništvo na području koje uslužuje kao potencijalne korisnike i da o tome vode računa pri utemeljivanju svojih službi i usluga. Idejom uključivanja u društvo treba nastojati prilagoditi prilikama lokalne zajednice, te najprije raditi na tome da knjižnica postane okupljalište što većeg broja članova zajednice. Ljudi trebaju knjižnicu doživljavati kao "*javno mjesto*" za komunikaciju s nizom novih menadžmentskih i marketinških ideja kako bi zadovoljili sve zahtjevniju publiku. U ovakvoj sredini potreban je aktivan knjižničar ili osoba koja će knjižnicu učiniti vidljivom u zajednici te potaknuti zajednicu na njezino korištenje.

Potrebno je početi baviti se nekorisnicima i drugim skupinama ljudi, a ne samo korisnicima knjižnice.

Prilozi

Prilog 1. Rezultati ankete o kvaliteti rada Knjižnice i čitaonice Gračac

Anketa je bila anonimna, namijenjena korisnicima knjižnice bez obzira na dob korisnika. Provedena je s ciljem prikupljanja podataka koji bi trebali poslužiti kao pokazatelj o korištenju Knjižnice i čitaonice Gračac, za potencijalno poboljšavanje fonda i usluga Knjižnice.

Profil korisnika

Anketu je ispunilo 48 aktivnih korisnika, od kojih je 69 % učenika/ica, 19% nezaposlenih, 8% zaposlenih, 4% umirovljenika.

58% anketiranih ispitanika ženskog je spola, 42% je muškog.

Članstvo u Knjižnici

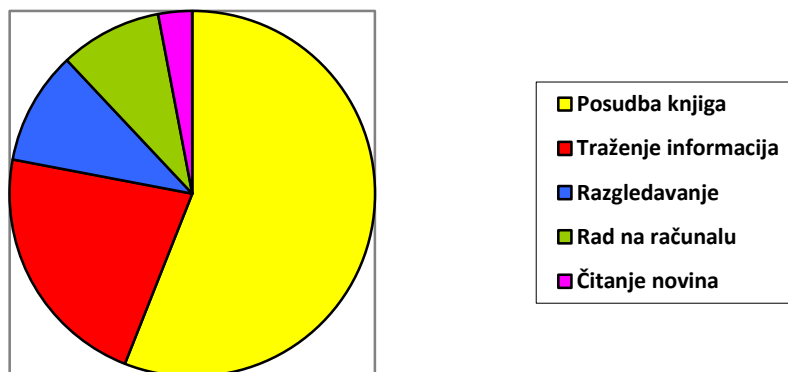
Većina korisnika je član Knjižnice od 1 do 4 godine – njih 42% te manje od 1 godinu – 37%. Od 5 do 10 godina je 21% članova.

Korištenje usluga Knjižnice

Usluge knjižnice većina koristi nekoliko puta mjesečno (27%), nekoliko puta godišnje (23%) te nekoliko puta tjedno (21%). Nešto manje korisnika Knjižnicu posjećuje jednom tjedno (10%) i jednom mjesečno (10%), a najmanje anketiranih svaki dan (8%).

Razlog dolaska u Knjižnicu

Većina dolazi zbog posuđivanja knjiga (56%). 22% korisnika dolazi radi traženja informacija, 10% radi razgledavanja, 9% zbog rada na računalu, a tek 3% radi čitanja novina.



Izbor knjiga u Knjižnici

Na pitanje o izbor knjiga u Knjižnici 96% korisnika odgovorilo je da je izbor **dobar (96%)**, ali je jedan korisnik odgovorio da unatoč tomu treba više knjiga. 4% korisnika odgovorilo je da ne zna.

Prostor i atmosfera u Knjižnici

90% korisnika smatra da su prostor i atmosfera dobri, 6% ne zna, a 4% smatra da su loši. Kao razlog loše atmosfere i prostora, korisnici navode:

- „jer je tiho, dosadno“

- „Prostor je nov i uređen, no nedostaje kvalitetnog kompetentnog osoblja koje bi se zanimao za provođenje radionica, izrađivanje projekata raznih edukacijskih sadržaja, promoviranja glazbenih i kulturnih događanja i sl.“

Izbor časopisa i novina u Knjižnici

56% korisnika izbor smatra dobrim, 38% ne zna, a 6% lošim. Kao razlog lošeg izbora, korisnici navode:

- „jer ih nema mnogo“
- „treba još“
- „S obzirom da postoji mnoštvo stručne literature koju bi mogli čitati u mirnome okruženju kojega stvara knjižnica, u knjižnici ne postoji niti jedan ozbiljni tjednik ili mjesečni časopis poput Bug, National Geographic, GEO, Politika, Rolling Stone itd. Bilo bi super kada bi se knjižnica odlučila na pretplatu časopisa iz bilo kojega područja kako bi omogućila čitanje mjesečnika svojim korisnicima.“

Prijedlog novina i časopisa

Na pitanje koje bi novine i časopise željeli da knjižnica ima anketirani korisnici naveli su:

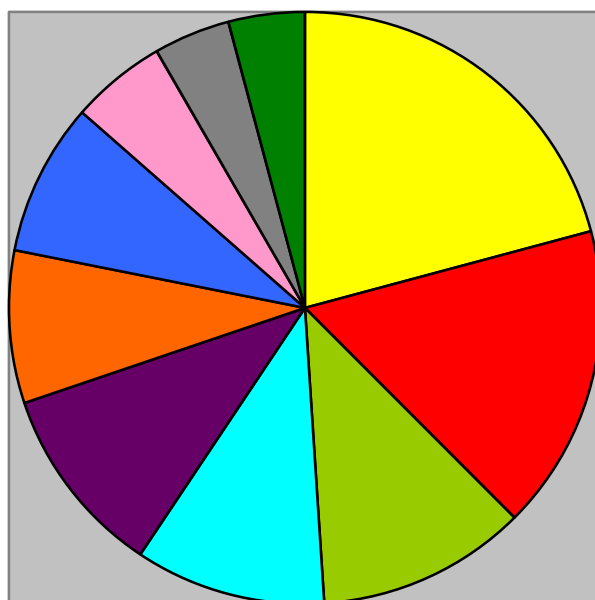
- OK! (7 osobe)
- Teen (4 osobe)
- National Geographic (4 osobe)
- Moj planet (4 osobe)
- Prvi izbor (2 osobe)
- Sportske novine
- Cosmopolitan
- Jutarnji list
- Moji ljubimci
- Hrana i vino
- Moj stav
- Unikat
- Drvo znanja
- na temu zdravlja
- o modi
- o nogometu
- ekološke teme uz časopis

Žanrovi knjiga

Na pitanje što najviše posuđuju u knjižnici najviše je korisnika (20%) odgovorilo da posuđuje dječje romane. Taj je podatak izravno u korelaciji s podatkom da je većina anketiranih kao zanimanje navela „učenik/ica“.

Nešto manje anketiranih najviše posuđuje avanturističke romane (16%), povijesne (11%), stripove (10%), ljubavne romane (10%), drame (8%), kriminalističke romane (8%).

Najmanje se posuđuju slikovnice (5%), stručna literatura s područja povijesti, ekonomije, prava, psihologije, filozofije, sociologije, religije, itd. (4%), memoari i biografije (4%) te znanstvena fantastika (2%).



■ Dječji romani

■ Avanturistički romani

■ Povijesni romani

■ Stripovi

■ Ljubavni romani

■ Drame

■ Kriminalistički romani

■ Slikovnice

■ Stručna literatura

■ Memoari i biografije

Odluka o izboru građe koja se posuđuje

Na pitanje tko i što utječe na izbor literature 45% anketiranih odgovorilo je da je odlučujući osobni ukus, 15% djelo istog autora, po 11% utječu preporuke obitelji i rodbine, preporuke prijatelja te preporuka knjižničara. Tek za 5% korisnika važni su pri odluci časopisi, novine i TV te nagrađena knjiga (3%).

Komunikacija

Na pitanje kako komuniciraju s knjižničarom 83% anketiranih odgovorilo je da komuniciraju slobodno, 13% samo kad mora, a 4% s ustručavanjem.

Na pitanje kako knjižničar komunicira s njima 92% anketiranih odgovorilo je da knjižničar komunicira ljubazno, 6% prisno, familijarno, a 2% odgovorilo je slobodno.

Vrijeme zadržavanja u Knjižnici

Na pitanje koliko vremena se obično zadržavaju u knjižnici 50% anketiranih odgovorilo je do 1 sat, 35% što kraće to bolje, 13% do dva sata, a tek 2% više od dva sata.

Radno vrijeme Knjižnice

Na pitanje odgovara li im radno vrijeme knjižnice, 88% anketiranih odgovorilo je da odgovara. Za njih 13% idealno je radno vrijeme:

- od 3 do 6
- svaki dan popodne te subotom popodne

- do 16h umjesto 15h
- 24 sata
- do 20h
- popodnevni sati nakon izvršenih dnevnih obaveza

Korištenje društvenih mreža

Na pitanje o korištenju društvenih mreža (koje su danas izvrstan prostor za besplatnu komunikaciju knjižnica s korisnicima) 65% anketiranih odgovorilo je da koristi Facebook, 22% nijednu, 9% neku drugu (3 osobe koriste Instagram), a 4% Twitter.¹¹⁶

Prijedlozi koje su korisnici naveli za poboljšanje usluga knjižnice:

- radionice (7 osoba)
 - jedan je korisnik naveo *radionicu s glinom*
- osnivanje kluba za ljubitelje knjiga (2 osobe)
- gledanje filmova (5 osobe)
- organizirana neka druženja (2 osobe)
- instrukcije iz nekog predmeta (2 osobe)
- više knjiga (2 osobe)
- nabavljanje knjiga kojima nedostaje nastavci
- naručivanje novih knjiga
- novi časopisi i novine
- predstavljanje knjiga
- Guinnessove knjige, više ljubavnih i dječjih romana
- organiziranje kulturnih događanja
- slušaonica
- organiziranje natječaja za poticanje kreativnosti mladih
- izložbe
- pisanje projekata
- bolje radno vrijeme
- kava

¹¹⁶ Gledajući taj podatak, smatramo da je Facebook dovoljan i najbolji način online komunikacije za Knjižnicu i čitaonicu Gračac.

Literatura

1. Bastić, D. Narodne knjižnice – pravni i financijski okvir rada. // Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica : zbornik radova : prvo savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Split, 2.-3. lipnja 2003. / urednice T. Pavičić, J. Slobodanac. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004. Str. 40-45.
2. Bišćam, F.; Mavretić, Ž.; Milovčić, J. Knjižnica u medijima – mediji u knjižnici. // Narodne knjižnice kao treći prostor : zbornik radova : 9. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredile D. M. Gabriel, J. Laščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica Zagreb, 2015. Str. 293-299.
3. Budin, L. Smjernice za uspostavu informacijskog društva u Republici Hrvatskoj u prihvaćenoj strategiji razvitka za područje informacijske i komunikacijske tehnologije. // Slobodan pristup informacijama : 2. i 3. okrugli stol : zbornik radova / uredile A. Belan-Simić i A. Horvat. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2004. Str. 81-83.
4. Ciceran, I. Gradska knjižnica – dnevni boravak grada. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), str 172-176. Dostupno i na URL: <http://www.hkdrustvo.hr/vbh/broj/102> (29.01.2016.)
5. Dopuna IFLA-inog Manifesta. // IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 118-119.
6. Dragija Ivanović, M. Vrednovanje utjecaja narodnih knjižnica na lokalnu zajednicu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 83-100. Dostupno i na URL: <http://www.hkdrustvo.hr/vbh/broj/106> (03.04.2016.)
7. Dragija Ivanović, M.; Radman, N. Specifičnosti poslovanja narodnih knjižnica u ruralnim sredinama. // Narodne knjižnice kao treći prostor : zbornik radova : 9. savjetovanje za narodne knjižnice u RH. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica Zagreb, 2015. Str. 235-252.
8. Dukić, G.; Sopka, I. Upravljanje marketingom male knjižnice, 2013. URL: http://www.knjiznicarstvo.com.hr/wp-content/uploads/2013/06/207_Dukic_Sopka_2013_1.pdf (15.02.2016.)
9. Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2015 Results, 2016. URL: <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=952040> (14.03.2016.)

10. FaceBook stranica Knjižnice i čitaonice Gračac. URL:
<https://www.facebook.com/Knji%C5%BEnica-i-%C4%8Ditaonica-Gra%C4%8Dac-260103430733954/> (30.03.2016.)
11. Gill, P. 1. predstavljanje IFLA-inih smjernica za narodne knjižnice. // Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica : zbornik radova : prvo savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Split, 2.-3. lipnja 2003. / urednice T. Pavičić, J. Slobodanac. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004. Str. 13-24.
12. Gradska knjižnica Rijeka. URL: <http://gkr.hr/> (22.03.2016.)
13. Gradska knjižnica "Jurja Šižgorić" Šibeniku. URL: <http://www.knjiznica-sibenik.hr/> (22.03.2016.)
14. Gračac. // Wikipedija. URL: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Gra%C4%8Dac> (30.03.2016.)
15. Horvat, A. Knjižnice u službi svoje zajednice. // Knjižnica : komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice : zbornik radova : 8. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / priredila J. Leščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica Zagreb, 2012. Str. 21-32.
16. Horvat, A. Uključivanje u društvo : što može učiniti knjižnica. // Slobodan pristup informacijama : 2. i 3. okrugli stol : zbornik radova / uredile A. Belan-Simić i A. Horvat. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2004. Str. 101-106.
17. Indir, I. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 124-132. Dostupno i na URL: <http://www.hkdrustvo.hr/vbh/broj/106> (03.04.2016.)
18. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011.
19. IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice. // IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrvatsko izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 105-107.
20. Izvješće o radu Knjižnice i čitaonice "Fran Galović" Koprivnica u 2015. godini. URL: http://www.knjiznica-koprivnica.hr/knjiznica/dokumenti/IZVJESCE_O_RADU_KNJIZNICE_U_2015_GODINI.pdf (29.03.2016.)

21. Knjižnica i čitaonica Gračac. // Središnji sustav narodnih knjižnica. URL:
<http://knjiznice.nsk.hr/gracac/> (29.03.2016.)
22. Knjižnica i čitaonica Gračac : unapređenje i promocija usluga male knjižnice. URL:
<https://prezi.com/nftw415knsuf/copy-of-knjiznica-i-citaonica-gracac/> (31.03.2016.)
23. Kotler, P....[et al]. Osnove marketinga. Zagreb : Mate ; Zagrebačka škola ekonomije i marketinga, 2006.
24. Leščić, J. Narodne knjižnice – od usluga za siromašne do usluga za sve. // Narodne knjižnice kao treći prostor : zbornik radova : 9. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredile D. M. Gabriel, J. Laščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica Zagreb, 2015. Str. 217-234.
25. Nacrt Strategije Hrvatskog knjižničarstva 2016.-2020. URL:
<https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/MainScreen?entityId=1850> (14.03.2016.)
26. Nacrt Strategije razvoja narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj do 2010. URL:
www.knjiznica.hr/serv_file.php?file=284 (10.03.2016.)
27. Nagrade i priznanja knjižnici. // Knjižnica i čitaonica "Fran Galović" Koprivnica. URL: <http://www.knjiznica-koprivnica.hr/knjiznica/defaultcont.asp?id=25&n=2> (29.03.2016.)
28. Narodna knjižnica: IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za razvoj službi i usluga / priredila radna skupina Sekcije za narodne knjižnice na čelu s P. Gillom. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2003.
29. Okvir smjernica za izradu pisane politike nabave građe i izgradnje zbirke u narodnim knjižnicama. URL: <http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/11/smjernice-za-nabavu.pdf> (30.03.2016.)
30. Orehovački, T.; Konecki, M.; Stapić, Z. Primjena Web 2.0 tehnologija u poslovanju, str. 200. URL:
http://www.researchgate.net/publication/224930668_Primjena_Web_2.0_tehnologija_u_poslovanju (14.03.2016.)
31. O gradskoj knjižnici Zadar : što je Gradska knjižnica Zadar? // Gradska knjižnica Zadar. URL: http://gkzd.hr/?q=hr/o_nama (29.03.2016.)
32. Pavičić, J.; Alfirević, N.; Aleksić, Lj. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb : Masmedija, 2006.
33. Pravilnik o reviziji i otpisu knjižnične građe. URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/308262.html> (03.04.2016.)

34. Prijedloga nacionalne strategije poticanja čitanja (2015.–2020.). URL:
<http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/JAVNA%20RASPRAVA/M%20%C5%A0%20%20PRIJE DLOG%20NSP%C4%8C%20-%20prijе%20slanja%20na%20javnu%20raspravu%20-%20kopija%2022%204%202015%20%20%282%29.pdf> (03.04.2016.)
35. Projekti poticanja čitanja. // Hrvatsko čitateljsko društvo. URL:
<http://hcd.hr/poveznice/projekti-poticanja-citanja/> (03.04.2016.)
36. Sabolović-Krajina, D. Čitanje – sposobnost nužna u svim medijima. // Mladi i čitanje u multimedijalnom okruženju : zbornik radova / Međunarodni stručni skup, Koprivnica, 20. veljače 1998. / uredila Ivanka Stričević. Koprivnica : Hrvatsko čitateljsko društvo, 1999. Str. 5-6.
37. Sabolović-Krajina, D. Inovativnost u knjižnicama – primjer prakse Knjižnice i čitaonice “Fran Galović” Koprivnica. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 58, 1/2(2015), str. 305-319.
38. Sabljak, Lj. Uvod. // Nove usluge za korisnike narodnih knjižnica : njemačka iskustva. Zagreb : Knjižnica grada Zagreba ; Geoth-Institut Zagreb, 2004. Str. 10-11.
39. Schmitt, R. Knjižnice za mladež u Njemačkoj. // Nove usluge za korisnike narodnih knjižnica : njemačka iskustva. Zagreb : Knjižnica grada Zagreba; Goethe-Institut Zagreb, 2004. Str. 13-30.
40. Smjernice za knjižnične usluge za mladež : prerađeno izdanje Smjernica koje je 1996. objavio Stalni odbor Sekcije knjižnica za djecu i mladež / priređivači Pat Muller i Ivan Chew ; Web 2.0 i knjižnične usluge za mladež : uvod za knjižničare / priredio Ivan Chew. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2009.
41. Središnji sustav narodnih knjižnica. URL: <http://knjiznice.nsk.hr/> (29.03.2016.)
42. Standardi za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj. URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/270810.html> (01.02.2016.)
43. Stropnik, A. Knjižnica za nove generacije : virtualni sadržaji i usluge za mlade. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013.
44. Use of Facebook in academic health sciences libraries. // Journal of Medical Library Association 97, 1(2009). URL:
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2605034/pdf/mlab-97-01-44.pdf> (14.03.2016.)
45. Zakona o knjižnicama. URL: <http://www.zakon.hr/z/745/Zakon-o-knji%C5%BEnicama> (03.02.2016.)

46. Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi. URL: <http://www.zakon.hr/z/132/Zakon-o-lokalnoj-i-podru%C4%8Dnoj-%28regionalnoj%29-samoupravi> (09.03.2016.)
47. Zakon o pravu na pristup informacijama. URL: <http://www.zakon.hr/z/126/Zakon-o-pravu-na-pristup-informacijama> (04.02.2016.)
48. Zašto postati članom knjižnice? // Gradska knjižnica Rijeka. URL: <http://gkr.hr/Vodic-za-korisnike/Zasto-postati-clan-knjiznice> (22.03.2016.)
49. Weihrich, H.; Koontz, H. Menedžment. Zagreb : Mate, 1998.